

## Pengaruh Komponen Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke AeroXspace Bali

Angelita Wastin Teluma<sup>a,1</sup>, Gde Indra Bhaskara<sup>a,2</sup>, Putri Kusuma Sanjiwani<sup>a,3</sup>

<sup>1</sup>wastin.angel@gmail.com, <sup>2</sup>gbhaskara@unud.ac.id, <sup>3</sup>kusumasanjaniwani@unud.ac.id

<sup>a</sup>Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Sri Ratu Mahendradatta Bukit Jimbaran, Badung, Bali

### Abstract

*This study aims to analyze the influence of tourism products on visitors' decision to visit AeroXSpace Bali, focusing on five key dimensions: attractions, facilities, accessibility, destination image, and price. Using a quantitative approach with purposive sampling, the research involved 123 respondents who had visited AeroXSpace at least once. Data were collected through a Likert-scale questionnaire tested for validity and reliability, with a minimum Cronbach's alpha coefficient of 0.6, and analyzed using SPSS version 23 through multiple linear regression, partial t-tests, simultaneous F-tests, and the coefficient of determination. The findings reveal that, simultaneously, all tourism product variables significantly influence the decision to visit; however, partially, only destination image and price show a significant effect, with price emerging as the most dominant factor. These results highlight that while adequate attractions, facilities, and accessibility are important foundations for an artificial tourism destination, a positive destination image and competitive pricing strategies play a more decisive role in shaping tourists' visit decisions, suggesting the need for AeroXSpace to maintain its innovative and safe brand image while implementing effective pricing policies to attract more visitors amidst competition in Bali's tourism market.*

**Keywords:** Tourism Product, Visiting Decision, AeroXspace Bali.

### I. PENDAHULUAN

Dewasa ini, pariwisata menjadi salah satu industri yang mampu menggerakkan roda perekonomian masyarakat maupun negara, khususnya di Indonesia. Dilansir dari situs resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (kemenpar.go.id), kontribusi pariwisata terhadap perekonomian Indonesia terus meningkat, dengan estimasi sebesar 4,04% pada tahun 2024. Angka tersebut menunjukkan bahwa sektor ini menjadi salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain itu, pariwisata juga telah menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat, di mana manusia senantiasa membutuhkan hiburan sebagai sarana pelepas penat dari rutinitas, maupun untuk kepentingan lainnya (Wirawan & Semara, 2021). Menurut etimologi, kata "tourism" berasal dari bahasa Sanskerta dan terdiri dari dua kata: "wisata," yang berarti "pergi" atau "berpergian," dan "pari," yang berarti 'banyak' atau "berkeliling" (Wirawan & Semara, 2021). Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan rekreasi yang berkaitan dengan perjalanan. Sementara itu, pariwisata mencakup berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, bisnis, pemerintah, dan pemerintah daerah, sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata, Pasal 1 Ayat 3.

Selama ini, pariwisata Bali dikenal kuat dengan wisata budaya dan alam yang telah populer sejak masa kolonial. Daya tarik tersebut muncul dari kekayaan tradisi masyarakat Bali serta keindahan alamnya yang memukau, sehingga mampu menarik jutaan wisatawan setiap tahunnya. Menurut data BPS

Provinsi Bali, selama Januari - Juli 2024, tercatat sebanyak 3.538.899 wisatawan mancanegara berkunjung ke Bali. Sementara itu, Dinas Pariwisata Provinsi Bali mencatat 5.916.379 kunjungan wisatawan domestik pada periode yang sama. Seiring waktu, tren pariwisata di Bali mengalami perkembangan. Jika sebelumnya lebih dominan pada wisata alam dan budaya, kini wisata buatan mulai mendapat perhatian, salah satunya melalui kehadiran *theme park*. *Theme park* ialah bentuk wisata buatan menawarkan pengalaman hiburan menarik dari atraksi dan wahana sering kali didukung oleh teknologi canggih. Menurut Webster (2010) dalam Anwar (2020), *theme park* adalah taman hiburan yang dirancang secara dekoratif dan tematik, mencerminkan tema tertentu seperti era sejarah, cerita fiksi, atau masa depan. *Theme park* dibedakan menjadi dua jenis, yaitu *outdoor* dan *indoor*. *Indoor theme park* memiliki keunggulan karena tidak tergantung pada kondisi cuaca, memungkinkan pengunjung menikmati wahana dalam lingkungan yang nyaman dan aman. Fleksibilitas ini menjadikan *indoor theme park* sebagai destinasi yang dapat dikunjungi kapan pun, terlepas dari perubahan musim maupun cuaca ekstrem.

Provinsi Bali kini telah memiliki beberapa *indoor theme park* yang berkembang, khususnya di kawasan perkotaan. Salah satu yang paling menonjol adalah Trans Studio Bali. Dilansir dari detikbali.com (Mu'amalah, 2023), Trans Studio Bali terbukti mampu menarik minat wisatawan, dengan hampir 80% pengunjung berasal dari wisatawan mancanegara. Keberhasilan tersebut tidak lepas dari penerapan teknologi canggih dan konsep *indoor* yang menyeluruh. Selain Trans Studio, Zone Out Bali juga

menghadirkan theme park berbasis teknologi virtual reality. Kemunculan *theme park* seperti ini menjadi inovasi baru dalam dunia pariwisata Bali yang selama ini lebih dikenal dengan wisata alam dan budaya. Salah satu inovasi terbaru di sektor wisata buatan adalah munculnya AeroXSpace, yang mengusung konsep *indoor adventure theme park* bertema petualangan luar angkasa. AeroXSpace mengusung konsep yang berbeda dari *indoor theme park* lainnya di Bali, dengan teknologi dan tema futuristik yang menjadi daya tarik bagi wisatawan, khususnya yang tertarik pada dunia teknologi (Kompas, 2024). Berdasarkan informasi dari laman resmi mereka, aerospace.id, AeroXSpace merupakan *adventure indoor theme park* terbesar di Bali, dibangun di atas lahan seluas 6.500m<sup>2</sup> dengan luas bangunan 3.500m<sup>2</sup>. Terdapat 25 wahana yang ditawarkan, beberapa di antaranya menjadi yang pertama di Indonesia. Seluruh wahana ini telah memenuhi standar keselamatan internasional.

Sebagai destinasi wisata dalam ruangan, AeroXSpace menawarkan lingkungan yang aman dan terkontrol, bebas dari gangguan cuaca. Hal ini menjadi keunggulan tersendiri mengingat cuaca di Provinsi Bali belakangan ini cukup ekstrem, ditandai dengan kondisi iklim yang tidak menentu dan tidak sesuai dengan musim yang seharusnya terjadi (Kompasiana, 2025). Dengan adanya AeroXSpace, wisatawan tetap dapat menikmati berbagai atraksi tanpa perlu khawatir akan hujan, panas, ataupun cuaca buruk lainnya. Selain itu, AeroXSpace juga cocok bagi wisatawan keluarga maupun pelajar yang mencari pengalaman wisata berbasis edukasi dan hiburan dalam satu tempat (Orientation Workbook PT AeroXSpace Adventure Indonesia, 2024). Sejak resmi dibuka pada 16 Agustus 2024 hingga Desember 2024, AeroXSpace mencatat total kunjungan sebanyak 49.132 orang. Rincian data kunjungan ditunjukkan pada tabel berikut:

1. Tabel Data Kunjungan AeroXSpace tahun 2024

Bulan	Total Kunjungan
16 Agustus - 31 Agustus 2024	6.378
September 2024	14.200
Oktober 2024	10.190
November 2024	10.990
1 Desember - 18 Desember 2024	7.374
<b>Total</b>	<b>49.132</b>

(Sumber: Manajemen AeroXSpace, 2024)

Jumlah kunjungan tersebut menunjukkan minat awal yang cukup tinggi terhadap AeroXSpace. Namun, data juga menunjukkan fluktuasi yang mengindikasikan belum stabilnya pola kunjungan wisatawan. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pengelola untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan ke depannya. Oleh karena itu, diperlukan analisis terhadap faktor-faktor

yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung, khususnya melalui aspek produk wisata yang ditawarkan. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komponen produk wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Apriliani et al. (2022) dalam penelitiannya di Wonderland Adventure Waterpark Karawang menunjukkan bahwa produk wisata, mulai dari atraksi hingga fasilitas, berpengaruh terhadap minat kunjungan. Pribadi (2018) juga menekankan pentingnya harga dan produk dalam keputusan pembelian di Trans Studio Bandung, sementara Safitri et al. (2020) menyoroti peran produk wisata dan citra destinasi sebagai faktor penentu keputusan wisatawan.

Urgensi studi ini terletak pada perlunya pemahaman mendalam mengenai "Pengaruh Komponen Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung ke AeroXSpace Bali". Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang lebih tepat sasaran, baik dalam aspek promosi maupun peningkatan kualitas layanan. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi dalam pengembangan literatur pariwisata, khususnya terkait wisata buatan yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan tren wisata. Dengan demikian, berdasarkan uraian tersebut, studi ini mengangkat judul "Pengaruh Komponen Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung ke AeroXSpace Bali", yang diharapkan dapat menjadi acuan dalam menganalisis daya tarik produk wisata buatan serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan pariwisata modern di Bali.

## II. METODE PENELITIAN

Dilaksanakan di AeroXSpace Adventure Bali, yang terletak di kawasan strategis di Bali, tepatnya di Jl. Bypass Ngurah Rai No.999, Sidakarya, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali 8022.

Pendekatan kuantitatif, menguji pengaruh komponen produk wisata pada keputusan berkunjung wisatawan ke AeroXSpace Bali. Pendekatan ini dipilih karena dianggap relevan untuk mengukur hubungan antarvariabel secara objektif berdasarkan data yang dapat dianalisis secara statistik (Sugiyono, 2019). Penelitian ini melibatkan dua variabel, yaitu komponen produk wisata sebagai variabel independen (X) dan keputusan berkunjung sebagai variabel dependen (Y). Komponen produk wisata dalam penelitian ini merujuk pada teori dari Middleton (2009), yang menjelaskan bahwa produk wisata merupakan gabungan dari beberapa elemen penting yang membentuk keseluruhan pengalaman wisatawan. Komponen tersebut terdiri dari: atraksi (berbagai wahana atau hiburan yang disediakan), fasilitas (ketersediaan sarana dan prasarana pendukung), aksesibilitas (kemudahan mencapai lokasi wisata), citra destinasi (reputasi dan persepsi terhadap destinasi), serta harga (keterjangkauan dan

kesesuaian harga dengan layanan yang diterima). Kelima indikator ini dipilih karena dianggap mampu mewakili keseluruhan aspek yang membentuk persepsi wisatawan terhadap produk wisata.

Sementara itu, variabel keputusan berkunjung mengacu pada teori Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa keputusan konsumen, termasuk wisatawan, dipengaruhi beberapa dimensi. Dalam pariwisata, teori keputusan berkunjung mirip dengan keputusan pembelian, karena pembelian produk wisata dianggap sebagai wujud keputusan untuk berkunjung. Dalam penelitian ini, keputusan berkunjung diukur melalui enam dimensi: pilihan produk, merek, jumlah pembelian, penyalur, metode pembayaran, serta waktu pembelian.

Berdasarkan data manajemen AeroXSpace, total kunjungan selama periode 16 Agustus hingga 18 Desember 2024 adalah sebanyak 49.132 orang, sehingga angka ini digunakan sebagai ukuran populasi penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan persyaratan responden yang telah mengunjungi AeroXSpace minimal satu kali dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Berdasarkan pertimbangan efisiensi dan kecukupan data untuk analisis regresi, jumlah sampel ditetapkan sebanyak 123 responden dengan *margin of error* 9%. Teknik pengumpulan data kuesioner tertutup dengan 5 skala Likert, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) - skor 5 (sangat setuju).

Melalui sejumlah tahap pengujian, analisis kuantitatif data kuesioner dilakukan. Uji kualitas data, yang mencakup uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, dilakukan sebelum analisis utama. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, sedangkan uji validitas menggunakan analisis korelasi Pearson Product Moment. Jika nilai korelasi melebihi nilai  $r$ -table, instrumen dianggap valid; jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60, instrumen dianggap reliabel. Setelah data dinyatakan valid dan reliabel, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik untuk memastikan kelayakan penggunaan model regresi linier berganda. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat ketidakmerataan varians dalam data, uji multikolinearitas untuk memastikan tidak adanya hubungan antara variabel independen, dan uji normalitas untuk melihat distribusi data.

Regresi linier berganda adalah teknik analisis yang digunakan dalam studi ini untuk menentukan bagaimana faktor-faktor yang terkait dengan komponen produk wisata mempengaruhi keputusan wisatawan. Uji simultan (F-test) digunakan untuk mengevaluasi dampak semua variabel independen secara bersamaan, sedangkan uji parsial (t-test) digunakan untuk menentukan dampak masing-masing dimensi produk pariwisata secara independen terhadap keputusan perjalanan. Selain

itu, sejauh mana faktor independen dapat menjelaskan variabel dependen dievaluasi menggunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). SPSS versi 23 digunakan untuk setiap langkah analisis.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Gambaran Umum AeroXSpace Bali

AeroXSpace Bali merupakan destinasi wisata buatan dalam ruang (*indoor adventure theme park*) yang mengusung tema luar angkasa, pertama dan terbesar di Bali. Tempat ini berada di bawah pengelolaan PT AeroXSpace Adventure Indonesia, yang dipimpin oleh Mr. Rene Mayer yang menjabat sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) sekaligus merupakan pendiri dan inisiator utama pendirian, yang didampingi jajaran lainnya yang terdiri dari Mr. Ronald Liem sebagai *Chief Marketing Officer* (CMO), Mrs. Prami Pratiwi sebagai *Chief Financial Officer* (CFO), serta Mr. Steve Raddlife yang berperan sebagai Advisor. (Orientation Workbook AeroXSpace Adventure, 2024).

AeroXSpace Bali dibuka pada tanggal 16 Agustus 2024 dan berlokasi Jl. Bypass Ngurah Rai No.999, Sidakarya, Denpasar. Dengan luas bangunan 3.500 meter persegi di atas lahan seluas 6.500 meter persegi, tempat ini menawarkan 25 wahana edukatif dan rekreatif, beberapa di antaranya merupakan wahana pertama di Indonesia yang mengintegrasikan teknologi digital dan virtual reality. Setiap wahana telah dirancang sesuai dengan standar keselamatan internasional dan disesuaikan dengan nilai edukasi bagi pengunjung.



#### 1. Layout AeroXSpace Adventure Bali

(Sumber: Orientation Workbook AeroXSpace Adventure, 2024).

#### Komponen Produk Wisata di AeroXSpace

##### A. Atraksi

Komponen utama menjadi daya tarik wisatawan dalam mengunjungi suatu destinasi. AeroXSpace Bali menawarkan atraksi wisata buatan bertema luar angkasa dalam format *indoor adventure park* terbesar di Bali. Dengan lebih dari 25 wahana interaktif yang dirancang untuk berbagai kelompok usia, pengunjung disuguhkan pengalaman bermain yang menggabungkan hiburan, tantangan fisik, dan teknologi canggih. Beberapa wahana unggulan antara



lain *Stellar Rope Course*, yaitu wahana tali di ketinggian yang menguji ketangkasan dan keberanian peserta; *Leap of Faith*, yang menantang pengunjung untuk melompat dari ketinggian dan bergelantung pada tas gantung sebagai bentuk mengatasi rasa takut; serta *Galactic Climbing* dan *Spiral Climbing*, dua wahana panjat dinding bertema antariksa yang dipadukan dengan sistem timer untuk menciptakan nuansa kompetisi. Selain itu, terdapat *Launch Pad*, *Milky Glide* dan *Supernova Slide*, dua wahana seluncur. Untuk pengunjung yang menyukai aktivitas trampolin, tersedia *AeroXJumpers*, *AeroXParkour* dan *AeroXSlam* yang menghadirkan permainan melompat bebas serta slam dunk bola basket layaknya atlet profesional. Wahana *Space Warrior* menantang kekuatan fisik dan mental melalui rintangan multi-level, sementara *VR Flying Cinema* dan *Space Coaster* menawarkan pengalaman berbasis teknologi melalui simulasi visual dan sensasi gerak. Tidak hanya untuk pengunjung dewasa dan remaja, AeroXSpace juga menyediakan *Toddler Space*, yaitu area bermain khusus anak-anak usia 1–6 tahun yang dirancang dengan mempertimbangkan aspek edukasi, keamanan, dan kenyamanan. Setiap wahana telah dilengkapi dengan sistem keamanan berstandar tinggi seperti *body safety harness*, helm, kaos kaki anti-slip, serta penerapan prosedur keselamatan yang diawasi langsung oleh staf terlatih untuk memastikan pengalaman wisata yang aman dan menyenangkan.



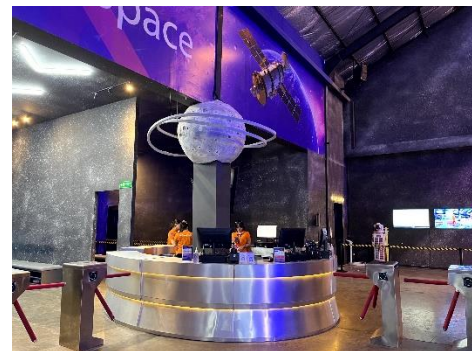
## 2. Area Bermain AeroXSpace

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024)

### B. Fasilitas

Fasilitas yang memadai merupakan salah satu komponen penting dalam mendukung kenyamanan dan kepuasan wisatawan selama melakukan kunjungan. AeroXSpace Bali menyediakan berbagai fasilitas yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengunjung dari beragam segmen, baik individu, keluarga, maupun kelompok. Area istirahat seperti *Galaxy Lounge* dan *Luna Lounge* memberikan konsep yang berbeda dengan menyediakan pilihan makanan dan minuman, sehingga menjadi tempat yang ideal untuk

beristirahat di sela-sela aktivitas. Untuk kebutuhan acara khusus, *Party Room* difungsikan sebagai ruang multifungsi yang dapat digunakan untuk perayaan ulang tahun, pertemuan, maupun kegiatan privat lainnya. Fasilitas dasar seperti toilet, ruang menyusui, dan klinik juga tersedia guna memastikan kenyamanan dan keamanan selama kunjungan. Dari aspek penunjang aksesibilitas kendaraan, destinasi ini tersedia area parkir luas untuk kendaraan roda 2/4, dilengkapi layanan valet sebagai pilihan tambahan. Selain itu, *Reception & Ticketing Area*, loker penyimpanan, kantin, dan *Mission Control* disiapkan untuk mendukung kegiatan bermain, penyimpanan barang, konsumsi, serta pemberian informasi yang dibutuhkan pengunjung. Lebih lanjut, loket *online membership reservation* mempermudah wisatawan dalam memperoleh tiket, mengakses informasi, serta menikmati berbagai keuntungan keanggotaan secara praktis dan efisien. Dengan kelengkapan fasilitas tersebut, AeroXSpace mampu menciptakan pengalaman berwisata yang terintegrasi, aman, dan nyaman bagi seluruh pengunjung.



## 3.Reception and Ticketing Area

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025)



## 4. Area Parkir

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025)

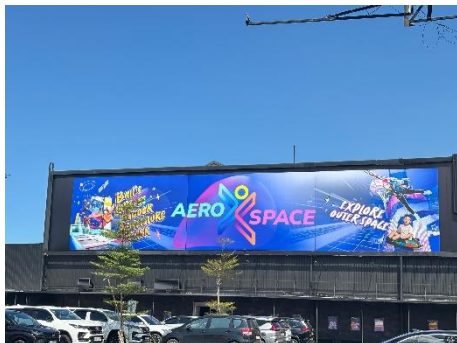
### C. Aksesibilitas

AeroXSpace terletak di jalur strategis Jalan Bypass Ngurah Rai – Sanur, salah satu ruas utama di Bali dengan kondisi jalan yang baik dan lancar, bahkan pada jam sibuk. Lokasi ini mudah diakses dengan kendaraan pribadi juga transportasi umum, termasuk layanan angkutan online yang tersedia

hampir setiap waktu. Rute menuju lokasi bebas dari biaya tol dan dapat dilalui dengan berbagai jenis transportasi. Hal ini menjadikan AeroXSpace mudah dijangkau oleh wisatawan dari berbagai daerah.

Petunjuk arah menuju AeroXSpace juga jelas, ditandai dengan baliho besar di pintu masuk yang terlihat dari berbagai sudut jalan, serta papan penunjuk untuk *entrance* dan *exit gate*. Area parkir berada tepat di depan pintu masuk utama dengan kapasitas hingga 14 mobil dan dilengkapi layanan valet gratis, sehingga meningkatkan kenyamanan pengunjung. Kombinasi lokasi strategis, infrastruktur pendukung, dan penunjuk arah yang memadai membuat akses menuju AeroXSpace semakin mudah, didukung oleh upaya pemerintah daerah dalam menjaga kualitas jalan bypass.

Selain infrastruktur fisik, akses terhadap informasi juga sangat mempengaruhi tingkat kemudahan kunjungan. AeroXSpace menyediakan informasi lengkap terkait atraksi, fasilitas, harga tiket, paket kunjungan, dan jam operasional melalui situs resmi, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, serta platform pesan tiket daring seperti Traveloka, Tiket.com, Klook, dan TikTok Shop. Informasi cetak berupa brosur dan poster juga tersedia, sementara lokasi dapat dengan mudah ditemukan melalui Google Maps maupun aplikasi navigasi lainnya, sehingga mempermudah wisatawan dalam merencanakan kunjungan.



5. Area Depan AeroXSpace  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

#### D. Citra Destinasi

AeroXSpace memiliki tingkat popularitas yang cukup tinggi dan kerap muncul di banyak platform media sosial seperti TikTok, YouTube, dan Instagram, yang secara tidak langsung memperkuat visibilitas serta daya tariknya di mata masyarakat. Ulasan positif dari pengunjung sebelumnya turut memberikan gambaran menyenangkan mengenai pengalaman berwisata di destinasi ini. Hal tersebut tercermin dari penilaian di Google Maps yang mencapai rating 4,7 yang tergolong tinggi serta kategori *excellent* pada laman resmi AeroXSpace. Penilaian positif ini menumbuhkan rasa ingin tahu sekaligus meningkatkan kepercayaan calon

pengunjung dan wisatawan pada kualitas layanan dan fasilitas yang ditawarkan.

Kepercayaan terhadap keamanan dan kenyamanan menjadi faktor penting membentuk citra positif AeroXSpace. Destinasi ini menerapkan standar keselamatan yang ketat pada setiap wahana, menunjukkan komitmen tinggi terhadap keselamatan dan kesehatan pengunjung. Informasi terkait protokol keamanan dan kebersihan disampaikan melalui situs resmi dan dijelaskan kembali oleh staf di area *Mission Control* maupun di setiap wahana. Seluruh staf telah memiliki sertifikasi keselamatan dan pertolongan pertama, sementara peralatan atraksi memenuhi standar industri serta menjalani inspeksi rutin.

Prosedur keamanan yang diterapkan mencakup pemanasan sebelum bermain, penggunaan *hair cap* sebelum memakai helm di zona ketinggian, serta kewajiban mengenakan kaos kaki *grip* di area tertentu untuk mencegah tergelincir. Beberapa wahana juga memiliki pembatasan tinggi badan demi keselamatan, sementara *Toddler Area* disediakan khusus anak umur 1–6 tahun dengan pengawasan orang dewasa. Fasilitas pendukung seperti stasiun air minum, sistem tanggap darurat, *hand sanitizer*, dan pembersihan area secara berkala semakin memperkuat rasa aman dan nyaman. Seluruh aspek ini berkontribusi pada pembentukan citra AeroXSpace sebagai destinasi wisata buatan yang profesional, berkualitas, dan layak direkomendasikan.

#### E. Harga

AeroXSpace menetapkan variasi harga tiket berdasarkan kategori wisatawan domestik (WNI) dan wisatawan mancanegara (WNA) serta durasi kunjungan. Bagi WNI pemegang KTP atau KITAS, harga tiket dimulai dari Rp150.000 untuk kunjungan selama satu jam pada hari biasa hingga Rp325.000 untuk tiket tanpa batas pada akhir pekan, dengan selisih harga sebesar Rp25.000 antara hari biasa dan akhir pekan untuk setiap jenis tiket. Sementara itu, harga tiket bagi wisatawan WNA relatif lebih tinggi, yaitu mulai dari Rp295.000 untuk durasi dua jam dan Rp395.000 untuk kunjungan sehabarian penuh. AeroXSpace juga menyediakan paket keluarga khusus WNA seharga Rp999.000 berlaku untuk 2 dewasa dan 2 anak. Selain tiket reguler, tersedia pula tiket tambahan (*add-on*) seperti *VR Flying Cinema* dan *Space Coaster*, dengan harga yang bervariasi tergantung pada kewarganegaraan pengunjung serta jenis kursi yang dipilih, khususnya untuk wahana *VR Flying Cinema*.

#### 2. Harga Tiket Masuk AeroXSpace

Jenis Tiket	Domestik (KTP/KITAS)		Internasional	
	Weekday	Weekend	Individual	Family (2 dewasa + 2 anak)
1 Hour Pass	150.000	175.000	-	-
2 Hour Pass	200.000	225.000	295.000	999.000
Full Day Pass	300.000	325.000	395.000	1.330.000
Toddler Space 2 hour pass (1-6 y.o)	75.000	75.000	150.000	-
Toddler Space Full Day Pass	-	-	200.000	-
Lounge Pass	50.000			
Add-On (1x ride)				
VR Flying Cinema (Shared Seat)	100.000	125.000	-	-
VR Flying Cinema (Double Seat)	175.000	220.000	150.000	-
Space Coaster	70.000	90.000	100.000	-
Grip Socks	25.000			

(Sumber: Rangkuman Peneliti, 2025)

AeroXSpace juga menawarkan tiket khusus untuk anak-anak usia 1–6 tahun di area *Toddler Space Playground* dengan harga yang lebih terjangkau, serta *Lounge Pass* seharga Rp50.000 bagi pengunjung yang hanya ingin mendampingi. Secara berkala, AeroXSpace memberikan promosi seperti potongan harga atau paket *bundling* yang diumumkan melalui media sosial maupun situs resmi untuk menarik minat kunjungan. Selain itu, tersedia program *School Excursions* yang dirancang khusus untuk kegiatan studi tur pelajar, terdiri atas tiga pilihan paket: Mars, Saturn, dan Jupiter, yang berbeda dari segi durasi dan fasilitas. Paket Mars seharga Rp288.000 per orang mencakup dua jam akses area bermain, *briefing* keselamatan, satu sesi permainan atau lokakarya, serta makanan ringan dan air mineral. Paket Saturn seharga Rp388.000 menawarkan tiga jam bermain, dua sesi permainan kompetitif atau lokakarya, dan satu kali makan serta minuman (jus dan air mineral). Sementara itu, Paket Jupiter seharga Rp488.000 memberikan empat jam bermain, tiga sesi permainan kompetitif atau lokakarya, satu kali makan, dan minuman (jus dan air mineral). Seluruh paket berlaku untuk minimal 20 peserta dan hanya tersedia pada hari kerja, menjadikannya ideal untuk kegiatan edukatif di luar kelas.

Bagi perusahaan atau kelompok orang dewasa, AeroXSpace menyediakan paket *team building* yang dirancang untuk meningkatkan kekompakan tim melalui permainan dan tantangan. Terdapat dua pilihan paket, yaitu *The Mars Mission* dan *The Galactic Mission*. *The Mars Mission* berdurasi dua jam dengan tarif Rp250.000 per orang, mencakup aktivitas seperti *Cosmic Wipeout*, *Space Warriors*, dan *Battlefield*, dilengkapi makanan ringan, minuman, serta sesi penghargaan dan presentasi. Sementara itu, *The Galactic Mission* berdurasi tiga jam dengan harga Rp350.000, meliputi aktivitas *Space Warriors*, *Galactic Climbing*, *Rope Course*, dan *Battlefield*, serta

makanan berat, minuman, presentasi, dan sesi penghargaan. Baik *team building* maupun *school excursions* berlaku untuk minimal 20 peserta dan hanya tersedia pada hari kerja, sehingga cocok untuk kegiatan kelompok yang bersifat edukatif maupun rekreasional.

### Pengaruh Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung ke AeroXSpace Bali

#### A. Karakteristik Responden

#### 3. Tabel Rangkuman Hasil Karakteristik Responden

Karakteristik	Mayoritas
Jenis Kelamin	Perempuan (56,9%)
Usia	18-25 Tahun (60,2%)
Domisili	Domestik: Bali (28,5%) Mancanegara: Australia (14,6%)
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa (48,8%)
Frekuensi Berkunjung	1 kali (91,1%)
Alasan Berkunjung	Untuk hiburan dan rekreasi (49,6%)

(Sumber: Hasil Peneliti, 2025)

Karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung AeroXSpace Bali berasal dari kalangan perempuan berusia 18–25 tahun, yang umumnya masih berada pada tahap pendidikan tinggi atau awal karier. Hal ini selaras dengan citra AeroXSpace sebagai destinasi yang menawarkan atraksi, yang cenderung diminati oleh segmen usia muda. Dominasi pengunjung dari Bali (28,5%) mengindikasikan bahwa pasar lokal masih menjadi basis utama, meskipun adanya persentase wisatawan mancanegara terbesar dari Australia (14,6%) menandakan potensi pasar internasional yang dapat terus digarap melalui promosi. Tingginya persentase pelajar/mahasiswa (48,8%) menunjukkan peluang pengembangan program khusus berbasis edukasi, *team building*, atau paket kunjungan kelompok sekolah dan universitas. Sementara itu, 91,1% responden baru pertama kali berkunjung menandakan AeroXSpace masih berada pada tahap awal dalam membangun loyalitas dan retensi pengunjung. Strategi pemasaran lanjutan, seperti program keanggotaan, tiket tahunan, atau promo kunjungan ulang, dapat membantu mempertahankan minat dan meningkatkan frekuensi kunjungan.

Alasan dominan pengunjung datang untuk hiburan dan rekreasi (49,6%) menggarisbawahi bahwa pengalaman menyenangkan dan istirahat dari rutinitas merupakan motivasi utama. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk memperkuat promosi yang menonjolkan sensasi atraksi, kenyamanan fasilitas, serta nilai hiburan yang unik dibandingkan destinasi wisata buatan lain di Bali. Dengan demikian, profil



demografis dan perilaku pengunjung ini memberikan gambaran strategis bagi AeroXSpace dalam menyusun program pemasaran, pengembangan produk, dan diferensiasi layanan yang tepat sasaran.

### B. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

#### 4. Tabel Uji Kualitas Data

Variabel	Item	Nilai Correlation	Ket.
Atraksi	X1.1	0,750	Valid
	X1.2	0,800	Valid
	X1.3	0,705	Valid
Fasilitas	X2.1	0,788	Valid
	X2.2	0,756	Valid
	X2.3	0,797	Valid
Aksesibilitas	X3.1	0,709	Valid
	X3.2	0,778	Valid
	X3.3	0,730	Valid
Citra Destinasi	X4.1	0,817	Valid
	X4.2	0,774	Valid
	X4.3	0,754	Valid
Harga	X5.1	0,804	Valid
	X5.1	0,848	Valid
Keputusan Berkunjung	Y1	0,626	Valid
	Y2	0,521	Valid
	Y3	0,604	Valid
	Y4	0,665	Valid
	Y5	0,539	Valid
	Y6	0,716	Valid
	Y7	0,491	Valid

Sumber: Pengolahan Data di SPSS)

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian pada Tabel 4.8 diatas diperoleh nilai korelasi pada masing-masing indikator untuk setiap variabel lebih besar dari 0,177, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam instrumen penelitian ini  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yang telah memenuhi syarat validitas

#### b. Uji Reliabilitas

#### 5. Tabel Uji Reliabilitas

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	21

Sumber: Pengolahan Data di SPSS)

Hasil pengukuran menggunakan IBM SPSS versi 23 diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,877 untuk 21 item pernyataan. Nilai 0,877 ini menunjukkan bahwa seluruh item dalam kuesioner ini dapat dinyatakan reliabel atau handal. Dengan demikian, instrumen penelitian layak digunakan

untuk pengumpulan data lebih lanjut karena telah terbukti memiliki validitas dan reliabilitas yang baik.

### C. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

#### 6. Tabel Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		123
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.39765239
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.056
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.081 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

(Sumber: Pengolahan Data di SPSS)

Hasil uji normalitas melalui uji Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,081 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal. Uji normalitas juga diperiksa melalui normal probability plot yang berfungsi sebagai alat bantu untuk memvalidasi hasil uji statistik normalitas secara visual. Grafik ini menunjukkan pola distribusi residual, garis yang mengikuti arah diagonal mengindikasikan bahwa data residual terdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

#### 7. Tabel Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
X1	0,438	2,284	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X2	0,524	1,907	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X3	0,509	1,965	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X4	0,545	1,836	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X5	0,604	1,655	Tidak Terjadi Multikolinearitas

(Sumber: Pengolahan Data di SPSS)

Hasil pengujian multikolinearitas dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen. Karena kelima variabel tersebut memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10. Dengan demikian, seluruh variabel independen dapat digunakan secara bersama-sama dalam analisis regresi tanpa menimbulkan gangguan terhadap keandalan model.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

#### 8. Tabel Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.392	1.599		.245	.807		
ATRAKSI	.046	.139	.046	.331	.741	.438	2.284
FASILITAS	.015	.127	.015	.116	.908	.524	1.907
AKSESIBILITAS	-.142	.143	-.127	-.997	.321	.509	1.965
CITRADESTINASI	.110	.119	.114	.920	.360	.545	1.836
HARGA	.136	.158	.101	.861	.391	.604	1.655

a. Dependent Variable: ABS\_RES

(Sumber: Pengolahan Data di SPSS)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Uji Glejser, diperoleh nilai signifikansi untuk seluruh variabel independen lebih besar dari 0,05 yaitu:

1. Variabel atraksi memiliki nilai signifikansi 0,741
2. Variabel fasilitas memiliki nilai signifikansi 0,908
3. Variabel aksesibilitas memiliki nilai signifikansi 0,321
4. Variabel citra destinasi memiliki nilai signifikansi 0,360
5. Variabel harga memiliki nilai signifikansi 0,391

Hasil pengujian di atas menyimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi klasik mengenai kesamaan varians residual (homoskedastisitas) telah terpenuhi.

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik, model regresi memenuhi seluruh persyaratan, yaitu data residual berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen, serta tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas. Dengan terpenuhinya ketiga asumsi dasar tersebut, maka data layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya, yaitu pengujian regresi linier yang meliputi uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi

### C. Pengaruh Secara Parsial

#### 9. Tabel Hasil Analisis Analisis Linear Berganda dan Uji T

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients			t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.581	2.731		3.509	.001
ATRAKSI	-.094	.238	-.043	-.396	.693
FASILITAS	.080	.217	.036	.370	.712
AKSESIBILITAS	.245	.244	.100	1.004	.317
CITRADESTINASI	.436	.204	.207	2.143	.034
HARGA	1.301	.270	.442	4.815	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSANBERKUNJUNG

(Sumber: Pengolahan Data di SPSS)

Dari uji ini, diperoleh temuan dari lima variabel independen yang diuji, hanya harga dan citra destinasi yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke AeroXSpace Bali. variabel Harga teridentifikasi sebagai faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan berkunjung ke AeroXSpace Bali, dengan nilai t hitung sebesar 4,815 dan sig 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa harga menjadi pertimbangan utama wisatawan dalam menilai kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dan pengalaman yang diperoleh. Penetapan harga yang terjangkau bagi pelajar,

penawaran promo bundling, serta ketersediaan variasi tiket untuk kelompok berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan kunjungan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Pribadi (2018) yang menegaskan peran krusial harga dalam keputusan pembelian pada destinasi wisata buatan seperti Trans Studio Bandung. Dalam konteks wisata buatan, harga sering menjadi faktor pembeda yang menentukan pilihan wisatawan ketika kompetitor menawarkan atraksi serupa, sehingga harga yang kompetitif menjadi salah satu daya tarik utama.

Selain itu, variabel Citra Destinasi juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, dengan nilai signifikansi 0,034 < 0,05. Citra positif AeroXSpace terbentuk melalui eksposur yang kuat di media sosial, didukung oleh konten promosi yang menarik, informatif, dan mudah diakses. Popularitas ini mendorong tingginya tingkat rekomendasi dari pengunjung, yang banyak membagikan ulasan positif mengenai pengalaman mereka. Tingginya tingkat kepercayaan wisatawan terhadap keamanan dan kenyamanan destinasi juga memperkuat citra positif tersebut, tercermin dari respons positif terhadap kualitas pengelolaan fasilitas, penerapan protokol keselamatan, dan kondisi lingkungan yang terkontrol. Ketiga aspek ini membentuk persepsi AeroXSpace sebagai destinasi yang inovatif, aman, dan layak direkomendasikan. Hasil ini konsisten dengan temuan Safitri et al. (2020) yang menekankan peran citra destinasi dalam membentuk persepsi dan memengaruhi keputusan kunjungan wisatawan.

Berbeda dengan penelitian Apriliani et al. (2022), variabel Aksesibilitas, Atraksi, dan Fasilitas studi ini tidak menunjukkan pengaruh signifikan pada keputusan berkunjung. Hal ini dimungkinkan karena lokasi AeroXSpace yang berada di kawasan strategis di Bali membuat aksesibilitas tidak lagi menjadi faktor pembeda. Sementara itu, atraksi dan fasilitas yang tersedia mungkin telah memenuhi ekspektasi wisatawan sebagai standar minimum destinasi wisata buatan, sehingga tidak cukup memengaruhi keputusan kunjungan secara parsial.

### D. Pengaruh Secara Simultan

#### 10. Tabel Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	418.998	5	83.800	15.977	.000 <sup>b</sup>
Residual	613.653	117	5.245		
Total	1032.650	122			

a. Dependent Variable: KEPUTUSANBERKUNJUNG

b. Predictors: (Constant), HARGA, ATRAKSI, CITRADESTINASI, FASILITAS, AKSESIBILITAS

(Sumber: Pengolahan Data di SPSS, 2025)

Diketahui df1 (derajat bebas regresi)=5, df2 (derajat bebas residual)=117 dengan nilai signifikansi 0,05 diperoleh F tabel sebesar 2,29. Berdasarkan tabel ANOVA di atas, diperoleh nilai f



hitung sebesar 15,977 lebih besar dari F tabel yaitu 2,29 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel atraksi, fasilitas, aksesibilitas, citra destinasi, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini juga didukung dari data deskriptif mengenai alasan berkunjung, sebanyak 49,6% responden menyatakan alasan datang ke AeroXSpace untuk hiburan dan rekreasi, dan 33,3% lainnya menyatakan tertarik dengan wahana dan konsepnya. Kedua alasan ini menunjukkan bahwa keberadaan berbagai wahana yang menjadi ciri khas AeroXSpace turut memperkuat daya tarik destinasi dan menjadi faktor pendorong dalam keputusan berkunjung.

#### 11. Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 <sup>a</sup>	.406	.380	2.290

a. Predictors: (Constant), HARGA, ATRAKSI, CITRADESTINASI, FASILITAS, AKSESIBILITAS

(Sumber: Pengolahan Data di SPSS, 2025)

Dalam model regresi, uji koefisien determinasi bertujuan untuk menentukan seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Uji ini dilakukan dalam studi ini menggunakan nilai Adjusted R Square untuk menilai seberapa baik faktor-faktor biaya, daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan citra destinasi dapat menjelaskan variabel pemilihan untuk mengunjungi AeroXSpace. Berdasarkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,380, faktor independen memiliki pengaruh simultan 38% pada variabel dependen. Sementara itu, sisanya 62% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini yang berarti ada variabel Y yang tidak dijelaskan oleh variabel X dan ini diwakili oleh residual di model regresi, seperti promosi dan pemasaran, musim liburan, faktor cuaca, kemudahan teknologi digital dalam pemesanan tiket dan pembayaran, serta pengalaman pribadi atau orang lain. Namun nilai ini sudah masuk kategori moderat sesuai dengan kategori menurut (Ghozali dan Latan, 2015 dalam Abiyyunanda, 2022) yang menunjukkan kekuatan model dalam menjelaskan keputusan berkunjung, sehingga model ini layak dipakai dalam analisis lanjutan. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji F dan R<sup>2</sup>, dapat disimpulkan bahwa kombinasi komponen produk wisata yang dimiliki AeroXSpace secara simultan memberikan pengaruh positif yang signifikan dalam mendorong keputusan berkunjung ke AeroXSpace Bali.

## IV. KESIMPULAN

### Simpulan

Dari temuan ini, dapat ditarik kesimpulan produk wisata yang terdapat di AeroXSpace Bali terdiri atas lima komponen utama, yaitu atraksi, fasilitas, aksesibilitas, citra destinasi, dan harga. Atraksi yang ditawarkan berupa wahana petualangan bertema luar angkasa yang berjumlah 25 wahana, dikemas dalam ruang indoor berbasis teknologi modern yang bersifat edukatif dan interaktif. Fasilitas yang tersedia meliputi ruang tunggu, area bermain, serta layanan pendukung lainnya seperti cafe dan area informasi. Dari sisi aksesibilitas, lokasi AeroXSpace mudah dijangkau dan terintegrasi dengan teknologi digital seperti Google Maps dan aplikasi navigasi lainnya. AeroXSpace memiliki citra destinasi yang positif sebagai tempat wisata modern, aman, dan menyenangkan, didukung oleh popularitas di media sosial serta ulasan pengunjung yang menunjukkan tingkat kepuasan dan kepercayaan yang tinggi. Sementara itu, harga tiket masuk dan paket wahana disesuaikan dengan jenis aktivitas yang dipilih, dengan kisaran harga yang dinilai masih terjangkau oleh pengunjung.

Hasil analisis data, faktor daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, citra destinasi, dan biaya, baik secara terpisah maupun secara kombinasi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk mengunjungi, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi uji F sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 0. Temuan ini diperkuat oleh data deskriptif karakteristik responden, di mana 49,6% responden menyatakan alasan utama berkunjung adalah untuk hiburan dan rekreasi, serta 33,3% tertarik dengan wahana dan konsepnya. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, kombinasi dari berbagai komponen produk wisata yang ditawarkan AeroXSpace berhasil menarik minat pengunjung untuk datang. Namun secara parsial, hanya variabel citra destinasi dan harga yang terbukti memiliki pengaruh signifikan. Citra destinasi memberikan kontribusi penting melalui persepsi positif terhadap destinasi. Ini mengindikasikan bahwa persepsi positif wisatawan dan pengunjung terhadap AeroXSpace, yang terbentuk dari popularitas di media sosial, ulasan positif, serta tingkat kepercayaan terhadap keamanan dan kenyamanan, sangat memengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung. Citra yang kuat dan positif menjadikan AeroXSpace sebagai pilihan menarik di benak calon pengunjung. Serta harga menjadi faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa pertimbangan wisatawan terhadap kesesuaian harga dengan fasilitas dan pengalaman yang ditawarkan menjadi penentu utama. Harga yang kompetitif, adanya promo, dan variasi paket tiket yang

terjangkau sangat memengaruhi keputusan wisatawan untuk memilih AeroXSpace. Sementara itu, variabel atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan secara parsial, meskipun tetap memiliki peran dalam membentuk keseluruhan keputusan berkunjung secara simultan. Ketidaksignifikanan atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas kemungkinan disebabkan oleh persepsi bahwa aspek-aspek tersebut merupakan standar dasar yang diharapkan dari sebuah destinasi wisata, bukan lagi faktor penentu utama keputusan berkunjung.

### Saran

Adanya saran yang diberikan baik kepada pengelola destinasi wisata AeroXSpace Bali maupun untuk penelitian selanjutnya. Saran praktis bagi pengelola AeroXSpace, penguatan citra destinasi perlu ditingkatkan karena terbukti berpengaruh signifikan pada penelitian ini, maka dari itu pengelola harus secara konsisten membangun dan mempertahankan citra positif AeroXSpace. Ini dapat dilakukan melalui dibangun melalui strategi pemasaran digital, pengelolaan ulasan positif dari pengunjung, serta kerja sama dengan influencer dan media pariwisata. Harga tiket juga perlu dijaga agar tetap kompetitif dan sebanding dengan fasilitas yang diberikan. Pengelola AeroXSpace juga perlu untuk mempertimbangkan pula untuk menawarkan lebih banyak variasi paket, diskon musiman, atau program yang menarik bagi segmen pasar yang berbeda (misalnya, pelajar, keluarga, atau kelompok). Fleksibilitas dalam penawaran harga ini juga dapat meningkatkan daya tarik dan volume kunjungan. Melalui pendekatan ini, AeroXSpace dapat menjangkau lebih banyak kelompok wisatawan. Kemudian saran praktis bagi pemerintah daerah Provinsi Bali, perlu terus mendukung pengembangan wisata buatan seperti indoor theme park sebagai bagian dari diversifikasi produk pariwisata Bali. Dukungan ini dapat berupa kemudahan perizinan, insentif investasi, atau promosi bersama untuk menarik lebih banyak investor dan pengunjung. Selanjutnya adalah saran akademis, pada penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti pengaruh promosi dan pemasaran, faktor sosial, kualitas pelayanan, serta pengalaman orang lain (*word of mouth*) agar dapat memberi gambaran lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung.

### DAFTAR PUSTAKA

Abdulloh, M. A. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Motivasi Wisatawan, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisatawan Pendidikan Purbasari Pancuran Mas Di Kecamatan Padamara Kabupaten

Purbalingga). (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).

<https://repository.ump.ac.id/13870/>

Abiyyunanda, D.A. (2022) Pengaruh Brand Ambassador, Country Of Origin Dan Self Congruity Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. (Skripsi Sarjana, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

Anonim. (2024). Confidential and Proprietary Information of PT Aeroxspace Adventure Indonesia Orientation Workbook 2024 Version. Denpasar

Anwar, A. (2020). Ta: Perancangan Sarana Rekreasi Parahyangan Botanical Park Di Bandung. (Skripsi Sarjana, Institut Teknologi Nasional).

Apriliani, E. D., dkk. (2022). Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wonderland Adventure Waterpark Karawang. *Management and Accounting Expose*, 5(1), 1-10. <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.642>

Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2024). Diakses pada 10 Oktober 2024, dari <https://bali.bps.go.id/id/pressrelease/2024/09/02/717897/perkembangan-pariwisata-provinsi-bali-juli-2024.html>

Biro Kementerian Pariwisata. (2025). Siaran Pers: Menteri Pariwisata Sebut Pariwisata Jadi Salah Satu Pilar Strategis Penggerak Ekonomi. Diakses pada 20 Juli 2025, dari <https://kemenpar.go.id/berita/siaran-pers-menteri-pariwisata-sebut-pariwisata-jadi-salah-satu-pilar-strategis-penggerak-ekonomi>

Choi, D. W., dkk. (2020). Influence of culture on purchase decision: Integrative models development of amusement park customers. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102502. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102502>

Dinas Pariwisata Provinsi Bali. (2024). Diakses pada 10 Oktober 2024, dari <https://disparda.baliprov.go.id/rilis-data-statistik-resmi-bulan-agustus-2024/2024/10/>

Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Universitas Diponegoro

Kotler, Philip & Kevin L.K. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kristiana, Y., & Liana, L. (2019). Analisis Minat Wisatawan Lokal Terhadap Taman Rekreasi Di Tangerang Selatan. *Jurnal Pariwisata*, 6(2), 128-135. <https://doi.org/10.31311/par.v6i2.5544>

Middleton, V. C.T. et al. (2009). *Marketing in Travel and Tourism*. Slovenia: Elsevier

Mu'amalah, S. (2023). Nyaris 80 Persen Pengunjung Trans Studio Bali Turis Asing. Diakses pada 11 Oktober 2024, dari

- <https://www.detik.com/bali/berita/d-6958633/nyaris-80-persen-pengunjung-trans-studio-bali-turis-asing>  
Pribadi, A. (2018). Pengaruh Harga (Price) dan Produk (Product) terhadap keputusan pembelian pada Trans Studio Bandung. (Thesis, Universitas Widyatama Bandung).
- <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/13995>  
Safitri, I., dkk. (2020). Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. Jurnal Ilmu Manajemen, 8(3), 734. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p734-741>