

## **PENGARUH FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI WISATA PANTAI INDAH PANDAN KABUPATEN TAPANULI TENGAH**

**Yuliani Seminari Sidabutar<sup>1</sup>, Rismawati<sup>2</sup>, Enda Yunita S<sup>3</sup>**  
 Manajemen Bisnis<sup>1,2,3</sup>, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan,  
 yulianisidabutar@studentpolmed.ac.id<sup>1</sup>, rismawatisitumorang2004@yahoo.com<sup>2</sup>,  
 endasurbakti@polmed.ac.id<sup>3</sup>

### **ABSTRAK**

Wisata Pantai Indah Pandan merupakan tempat tujuan wisata yang sangat populer di kunjungi oleh wisatawan domestik dan mancanegara karena memiliki potensi wisata yang sangat besar. Ada banyak faktor yang menjadi alasan wisatawan berkunjung ke tempat wisata. Beberapa diantaranya adalah fasilitas dan promosi. Fasilitas adalah suatu objek yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk menunjang segala aktivitas di lingkungan wisata. Promosi adalah cara yang dilakukan oleh pengelola wisata dalam menyampaikan informasi tentang destinasi wisata agar dikenal dan menarik perhatian wisatawan. Peningkatan jumlah berkunjung wisatawan dari tahun ke tahun di destinasi wisata Pantai Indah Pandan menjadi fenomena dalam penelitian ini. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di wisata Pantai Indah Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian adalah wisatawan domestik yang berdomisili diluar Kabupaten Tapanuli Tengah. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi di lokasi tujuan wisata. Dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis.

**Kata Kunci** : Fasilitas, Promosi, Keputusan Berkunjung

### **PENDAHULUAN**

Kabupaten Tapanuli Tengah terletak di sekitaran pesisir pantai sepanjang 200 km dan wilayahnya sebagian besar berada di daratan Pulau Sumatera dan banyak terdapat pulau-pulau kecil. Kabupaten ini memiliki dua puluh kecamatan yang salah satunya adalah Kecamatan Pandan dengan beragam suku dan budaya serta disebut dengan Kota Pandan. Pandan adalah salah satu kecamatan sekaligus kelurahan di Kabupaten Tapanuli Tengah yang merupakan Ibu Kota Kabupaten Tapanuli Tengah yang memiliki satu desa dan delapan kelurahan. Pandan banyak memiliki destinasi wisata alam dari mulai gunung, pulau, dan pantainya. Pandan juga terkenal dengan kulinernya yang enak sehingga menjadi salah satu destinasi wisata alam yang banyak di kunjungi oleh wisatawan. Wisata Pantai Indah Pandan merupakan salah satu daerah tujuan wisata favorit di Kabupaten Tapanuli Tengah yang memiliki potensi wisata yang sangat banyak untuk dikembangkan dan dikelola secara profesional. Ketika berada di pantai ini akan terlihat perairan yang membentang di laut lepas, bukit yang cukup tinggi merupakan daratan wilayah Pandan dan beberapa gazebo yang bisa dimanfaatkan sebagai tempat beristirahat setelah lelah menikmati pantai. Karena adanya potensi tersebut maka masyarakat, badan usaha, pemerintahan kelurahan, dan pemerintahan kabupaten menjadi pelaksana dan pengelola Kawasan Wisata Pantai Indah Pandan. Para wisatawan tentu akan mencari dan memilih destinasi wisata sesuai dengan kebutuhan mereka untuk dapat memuaskan dirinya melalui beberapa pertimbangan, maka pengelola atau penyedia tempat wisata harus memahami permintaan pasar dan faktor-faktor apa yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan. Destinasi wisata yang bagus harus mampu menyediakan fasilitas wisata yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung untuk memberikan kemudahan dan memenuhi kebutuhan mereka selama berkunjung. Fasilitas wisata merupakan suatu sarana dan prasarana yang disediakan oleh pengelola wisata untuk dapat digunakan oleh wisatawan. Wisata Pantai Indah Pandan memiliki beberapa fasilitas diantaranya: tempat penyewaan kapal, wahana bermain perahu karet (*banana boat*), kamar mandi, gazebo dan penyewaan tikar, pos polisi, area parkir, tempat ibadah (*mushola*), kios/toko penjualan souvenir, kedai makan/restoran, hotel, panggung dan area untuk acara/atraksi, dan area yang luas untuk kegiatan olahraga dan berkemah.

Selain fasilitas, promosi juga merupakan salah satu faktor keberhasilan suatu program pemasaran. Bagaimana pun kualitasnya suatu produk, apabila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu berguna maka mereka tidak akan membelinya. Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat, begitu juga kebutuhan akan informasi juga harus lengkap. Pada hakikatnya promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Sosial media adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaannya. Wisata Pantai Indah Pandan menggunakan sosial media seperti *facebook* dan *youtube* sebagai media promosi.

Dalam penelitian Sulistyorini (2021), dapat diketahui pentingnya variabel fasilitas dan promosi terhadap keputusan berkunjung adalah dapat mempengaruhi jumlah keputusan wisatawan untuk berkunjung dan keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata. Para wisatawan tentu akan mencari dan memilih destinasi wisata sesuai dengan kebutuhan mereka untuk dapat memuaskan dirinya dengan melalui beberapa pertimbangan. Oleh karena itu pengelola atau penyedia tempat wisata harus memahami permintaan pasar dan faktor-faktor apa yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan. Berikut adalah data jumlah kunjungan wisatawan selama 5 tahun terakhir.

**Tabel 1.** Kunjungan Wisatawan di Wisata Pantai Indah Pandan

No.	Tahun	Jumlah Wisatawan
1	2018	184.355
2	2019	114.925
3	2020	90.240
4	2021	123.905
5	2022	63.191

Sumber: Dinas Pariwisata Tapanuli Tengah

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Indah Pandan tidak mengalami kenaikan yang signifikan seperti yang diharapkan. Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan dapat dilihat bahwa ada beberapa hambatan yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung yaitu dari fasilitas dan promosi yang dilakukan. Fasilitas yang diberikan cukup baik tetapi masih ada beberapa fasilitas yang kurang terawat dan bersih terlihat dari kesadaran pengelola objek wisata akan pentingnya sanitasi masih kurang yang menyebabkan masih ditemukan sampah yang berserak di beberapa area wisata dan kurang terawatnya fasilitas umum seperti kamar mandi, tempat parkir yang kurang bersih dan rapi serta tempat santai seperti meja payung yang mulai rusak karna tidak dilakukan perawatan oleh pihak pengelola. Kebersihannya yang kurang menyebabkan wisatawan merasa kurang nyaman dalam hal tersebut. Pengelola objek wisata sudah melakukan promosi wisata seperti dari media sosial yaitu *facebook* dan *youtube*. Tetapi hal tersebut belum cukup menarik perhatian pengunjung untuk mengambil keputusan berkunjung ke wisata Pantai Indah Pandan. Tujuan jangka panjang dari penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan objek wisata agar jumlah pengunjung selalu meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang **“Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Wisata Pantai Indah Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah”**. Dari uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh fasilitas dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di wisata Pantai Indah Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah baik secara parsial maupun simultan. dari masalah tersebut memiliki tujuan untuk (1) Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Wisata Pantai Indah Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah. (2) Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Wisata Pantai Indah Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah. (3) Mengetahui pengaruh

fasilitas dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Wisata Pantai Indah Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Fasilitas**

Menurut Sedarmayanti (2018:168), fasilitas adalah salah satu yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam menunjang perjalanan kegiatan wisata. Untuk memenuhi kebutuhan perjalanan tersebut, perlu disediakan bermacam-macam fasilitas, mulai dari pemenuhan kebutuhan sejak berangkat dari tempat tinggal wisatawan, selama berada di destinasi pariwisata dan kembali ke tempat semula. Berdasarkan teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan suatu objek yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk menunjang segala aktivitas di lingkungan wisata. Menurut Sedarmayanti (2018:169), terdapat ada empat komponen fasilitas yaitu alat transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas makan dan minum, fasilitas penunjang lainnya. Menurut Marpaung (2019:146) ada empat indikator fasilitas, yaitu:

1. Kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan yaitu fasilitas yang dilengkapi beberapa atribut yang dibutuhkan dan didukung dengan kebersihan saat pengunjung menggunakan fasilitas tersebut.
2. Kelengkapan alat yang digunakan yaitu kelengkapan fasilitas yang digunakan oleh pengunjung harus sesuai dengan kegunaannya. Pengguna perlengkapan tentu akan melihat dan menilai kelengkapan alat mereka yang akan digunakan.
3. Fungsi dan kondisi yaitu fasilitas dapat berfungsi dengan baik dan sebagaimana mestinya.
4. Fisik fasilitas yang diberikan yaitu fasilitas yang sudah umum bagi pengunjung. Fasilitas yang sudah umum akan mudah dimengerti fungsi penggunaannya.

Hasil penelitian Ardiansyah dan Ratnawili (2021:134), fasilitas yang baik disediakan oleh pengelola objek Wisata Wahana Surya mampu untuk menarik minat berkunjung ulang pada objek wisata tersebut. Dengan adanya fasilitas yang baik akan membuat pengunjung yang berwisata akan merasa nyaman dan membuat pengunjung ketagihan untuk berkunjung ulang. Berdasarkan teori, disimpulkan bahwa fasilitas yang tersedia memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan berdasarkan fungsi dan kelayakan fasilitas di destinasi tersebut.

### **Promosi**

Menurut Firmansyah (2018:200), promosi merupakan upaya yang dilakukan untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk dan memengaruhi konsumen untuk membelinya. Promosi adalah upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal publik. Berdasarkan teori tersebut, disimpulkan bahwa promosi adalah cara yang dilakukan dalam menyampaikan informasi mengenai destinasi wisata agar bisa dikenal dan wisatawan mau datang mengunjungi destinasi wisatanya. Menurut Firmansyah (2018:208), tujuan dari promosi adalah untuk mempengaruhi suatu konsumen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan volume penjualan, di segi lain ada juga dari promosi yaitu penjual suatu barang dan jasa. Dalam promosi kita tidak hanya sekedar menyampaikan informasi, tetapi menginginkan komunikasi yang mampu menciptakan suasana dimana para pelanggan bersedia memilih produk itu. Maka promosi yang dilakukan haruslah selalu berdasarkan perilaku konsumen dalam membeli produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:78), menyatakan promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Dalam penelitian ini yang menjadi indikator promosi yaitu (1) Frekuensi promosi adalah jumlah promosi yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi penjualan. Semakin sering pemasar mempromosikan produknya semakin besar peluang konsumen menangkap suatu promosi. (2) Kualitas promosi adalah tolak ukur seberapa baik promosi yang dilakukan. Semakin jelas promosi, semakin mudah konsumen mengerti arti promosi. (3) Kesesuaian sasaran adalah semakin tepat waktu yang dipilih dan semakin tepat sasaran yang dituju, semakin besar peluang mendapat konsumen yang banyak. Menurut Lysistrata (2018), hasil promosi yang dilakukan Hotel Wisata Watampone melalui media massa, media elektronik dan brosur tentang harga dan fasilitas yang disediakan sudah efektif dan

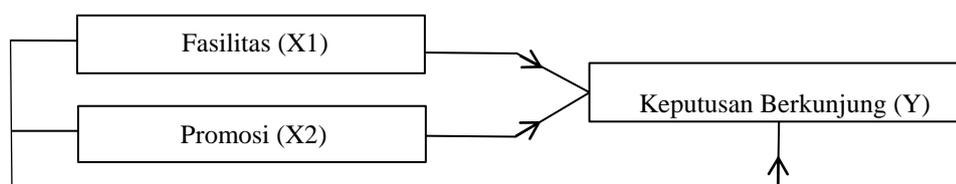
tepat sasaran sehingga mempengaruhi keputusan pelanggan Hotel Wisata Wisata untuk melakukan pembelian. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung.

### Keputusan Berkunjung

Menurut Firmansyah (2018:27), keputusan berkunjung merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan berkunjung adalah tindakan yang diambil berdasarkan identifikasi terhadap dua atau lebih pilihan alternatif. Menurut Tjiptono (2018:54), ada tiga tahapan proses keputusan berkunjung yaitu tahapan pra berkunjung yang terdiri dari tiga bagian yaitu identifikasi Kebutuhan, pencarian informasi dan evaluasi alternatif. Tahapan kedua yaitu pembelian/konsumsi yaitu tahapan menentukan membeli suatu produk atau tidak dan tahapan Evaluasi yaitu tahapan akhir untuk menentukan apakah konsumen puas atau tidak. Menurut Hurriyati (2015:105), keputusan berkunjung memiliki 5 indikator yaitu (1) *Destination Area* (daerah tujuan wisata), terdiri dari 2 indikator yaitu kebutuhan adalah daya tarik objek wisata sesuai dengan kebutuhan wisatawan dan informasi yaitu adanya ketersediaan informasi mengenai suatu destinasi wisata. (2) *Traveling Mode* (tipe perjalanan) yang terdiri dari 3 indikator yaitu akses transportasi merupakan kondisi jalan untuk sampai di tujuan wisata, alternatif alat transportasi tersedia dengan keberagaman jenis-jenis transportasi dan kenyamanan sarana transportasi yang memiliki fasilitas yang beragam. (3) *Time and Cost* (waktu dan biaya) yang terdiri dari 3 indikator yaitu waktu perjalanan ke daerah tujuan wisata dan waktu melakukan aktivitas wisata, biaya perjalanan wisata dan biaya melakukan aktivitas wisata dan jumlah waktu dan biaya yang dimiliki wisatawan untuk melaksanakan perjalanan wisata dan melakukan aktivitas wisata. (4) *Travel Agent* (Biro Jasa/Agen Perjalanan) yang berkaitan dengan fasilitas, pelayanan dan promosi yang dilakukan. (5) *Sources of Services* yang berkaitan dengan fasilitas, sarana dan prasarana pendukung dan pelayanan dari perseorangan/organisasi, pelaksana/pengelola daerah tujuan wisata.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif mengenai kunjungan wisata ke destinasi wisata Pantai Indah Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung yang berkunjung ke wisata Pantai Indah Pandan 5 tahun terakhir dengan jumlah sebesar 9.610 orang didapatkan dari data pendukung dengan sampel 99 responden yang diambil dengan menggunakan rumus *slovin*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner yang disebarakan kepada responden. Adapun yang menjadi responden dari penelitian ini adalah wisatawan domestik yang berkunjung ke Pantai Indah Pandan. Penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda dengan bantuan software SPSS 16.0. dengan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Adapun model kerangka konsep dari penelitian ini dapat dijabarkan seperti gambar di bawah ini :



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan model kerangka konsep yang diajukan dalam penelitian ini, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1.a : Fasilitasi ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung

H1.0 : Fasilitasi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

- H2.a : Promosi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung  
 H2.0 : Promosi ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung  
 H3.a : Fasilitas dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung  
 H3.0 : Fasilitas dan Promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam penelitian lapangan yang telah dilakukan sesuai dengan teknik pengumpulan data bahwa ada 99 responden dalam penelitian ini dan dikelompokkan menjadi empat (4) karakteristik yaitu:

**Tabel 2.** Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	Laki-laki	53	53.5	53.5	53.5
	Perempuan	46	46.5	46.5	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil bahwa dari total 99 responden, responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih dominan berkunjung di wisata Pantai Indah Pandan dibandingkan dengan jenis kelamin perempuan. Dengan jumlah jenis kelamin laki-laki sebanyak 53 orang atau 53,5% dan jenis kelamin perempuan yang berkunjung sebanyak 46 orang atau 46,5%.

**Tabel 3.** Karakteristik responden berdasarkan Daerah Asal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	Medan	23	23.2	23.2	23.2
	Sidempuan	6	6.1	6.1	29.3
	Sibolga	10	10.1	10.1	39.4
	Siantar	2	2.0	2.0	41.4
	Jakarta	4	4.0	4.0	45.5
	Samosir	3	3.0	3.0	48.5
	Lainnya	51	51.5	51.5	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil bahwa responden yang berkunjung ke wisata Pantai Indah Pandan berasal dari berbagai macam daerah asal. Dapat dilihat bahwa kota Medan lebih dominan dari pada daerah asal lainnya. seperti pengunjung yang berasal daerah Sidempuan, Sibolga, Siantar, Jakarta, Samosir dan sisanya berasal dari daerah lain yang berbeda-beda.

**Tabel 4.** Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	Wiraswasta	22	22.2	22.2	22.2
	PNS	22	22.2	22.2	44.4
	Pelajar/Mahasiswa	21	21.2	21.2	65.7
	Karyawan Swasta	7	7.1	7.1	72.7
	Pengusaha	8	8.1	8.1	80.8
	Lainnya	19	19.2	19.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil bahwa pekerjaan dari responden yang berkunjung ke wisata Pantai Indah Pandan cukup sangat beragam, dapat dilihat bahwa pekerjaan yang paling banyak yaitu wiraswasta dan PNS dengan jumlah 22 orang atau 22,2%, pelajar/mahasiswa dengan jumlah 21 orang atau 21,2%, pengusaha dengan jumlah 8 orang atau 8,1%, karyawan swasta dengan jumlah 7 orang atau 7,1% dan lainnya sejumlah 19 orang atau 19,2%.

**Tabel 5.** Karakteristik responden berdasarkan Usia

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	15 - 25	41	41.4	41.4	41.4
	26 - 35	43	43.4	43.4	84.8
	36 - 55	15	15.2	15.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil bahwa usia responden yang berkunjung ke wisata Pantai Indah Pandan lebih banyak berusia 26 sampai 35 tahun dengan jumlah 43 orang atau 43,4%. Usia 15 sampai 25 tahun yang berkunjung berjumlah 41 orang atau 41,4% dan di usia 36 sampai 55 tahun berjumlah 15 orang atau 15,2%.

### Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji coba kuesioner melibatkan 30 orang responden diluar dari jumlah sampel responden yang digunakan. Berikut hasil dari uji validitas terhadap butir-butir pernyataan dari variabel Fasilitas, Promosi dan Keputusan Berkunjung.

**Tabel 6.** Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
Fasilitas (X1)	X1.1	0,451	0,361	Valid
	X1.2	0,626	0,361	Valid
	X1.3	0,444	0,361	Valid
	X1.4	0,431	0,361	Valid
	X1.5	0,682	0,361	Valid
	X1.6	0,435	0,361	Valid
	X1.7	0,645	0,361	Valid
	X1.8	0,387	0,361	Valid
	X1.9	0,479	0,361	Valid
	X1.10	0,463	0,361	Valid
	X1.11	0,465	0,361	Valid
	X1.12	0,459	0,361	Valid
	X1.13	0,626	0,361	Valid
	X1.14	0,712	0,361	Valid
	X1.15	0,750	0,361	Valid
	X1.16	0,634	0,361	Valid
	X1.17	0,472	0,361	Valid
	X1.18	0,465	0,361	Valid
	X1.19	0,757	0,361	Valid
Promosi (X2)	X2.1	0,759	0,361	Valid
	X2.2	0,767	0,361	Valid
	X2.3	0,692	0,361	Valid
	X2.4	0,748	0,361	Valid
	X2.5	0,748	0,361	Valid
	X2.6	0,752	0,361	Valid
	X2.7	0,734	0,361	Valid
	X2.8	0,756	0,361	Valid
	X2.9	0,768	0,361	Valid
	X2.10	0,772	0,361	Valid
	X2.11	0,830	0,361	Valid
	X2.12	0,722	0,361	Valid
	X2.13	0,571	0,361	Valid

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

	X2.14	0,787	0,361	Valid
	X2.15	0,777	0,361	Valid
Keputusan Berkunjung (Y)	Y1.1	0,717	0,361	Valid
	Y1.2	0,765	0,361	Valid
	Y1.3	0,715	0,361	Valid
	Y1.4	0,804	0,361	Valid
	Y1.5	0,783	0,361	Valid
	Y1.6	0,692	0,361	Valid
	Y1.7	0,801	0,361	Valid
	Y1.8	0,782	0,361	Valid
	Y1.9	0,720	0,361	Valid
	Y1.10	0,408	0,361	Valid
	Y1.11	0,700	0,361	Valid
	Y1.12	0,719	0,361	Valid
	Y1.13	0,756	0,361	Valid
	Y1.14	0,765	0,361	Valid
	Y1.15	0,737	0,361	Valid
	Y1.16	0,759	0,361	Valid
	Y1.17	0,803	0,361	Valid
	Y1.18	0,775	0,361	Valid
	Y1.19	0,396	0,361	Valid
	Y1.20	0,746	0,361	Valid
Y1.21	0,785	0,361	Valid	
Y1.22	0,715	0,361	Valid	

Hasil Uji Validitas dapat dilihat pada tabel diatas bahwa dalam menentukan valid atau tidaknya suatu pernyataan pada kuesioner, dilihat dari perbandingan hasil R hitung dan R tabel. Dengan perbandingan hasil R hitung harus lebih besar dari R tabel. Nilai R tabel dengan jumlah responden 30 pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,361. Dari hasil yang didapatkan dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner valid karena nilai koefisien korelasinya  $> 0,361$ .

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang telah dinyatakan valid. Berikut hasilnya:

**Tabel 7.** Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa yang diisyaratkan	Keterangan
Fasilitas	0,498	$> 0,60$	Reliabel
Promosi	0,943	$> 0,60$	Reliabel
Keputusan Berkunjung	0,954	$> 0,60$	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil uji reliabilitas yang menggunakan *Cronbach's Alfa* yang menunjukkan bahwa semua variabel penelitian dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alfa*  $> 0,60$  dari yang diisyaratkan, sehingga didapatkan hasil bahwa instrumen penelitian ini telah memenuhi uji reliabilitas.

### Uji Normalitas

**Tabel 8.** Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.77886883
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.073
	Negative	-.140
Kolmogorov-Smirnov Z		1.397

Asymp. Sig. (2-tailed)	.040
a. Test distribution is Normal.	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov dapat diketahui nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,40 lebih dari  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Tidak terjadinya multikolinieritas ditunjukkan dengan nilai *tolerance*  $> 0,01$  atau  $< 10$ . Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas:

**Tabel 9.** Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Fasilitas	0,647	1,545	Tidak Multikolinearitas
Promosi	0,647	1,545	Tidak Multikolinearitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel bebas Fasilitas dan Promosi memiliki nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai VIF menunjukkan nilai yang  $< 10$  yang artinya bahwa variabel-variabel penelitian tidak menunjukkan adanya gejala Multikolinearitas model regresi.

### Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini menggunakan alat dengan uji glejser yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel indepenen. Melalui uji glejser, dianggap tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya  $> 0,05$  dan apabila nilai signifikansinya  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas. Model yang baik adalah model yang tidak heteroskedastisitas. Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas:

**Tabel 10.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Fasilitas	0,986	Tidak Heteroskedastisitas
Promosi	0,245	Tidak Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 yang artinya tidak terjadinya Heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan hipotesis mengenai seberapa besar pengaruh variabel bebas yang terdiri dari Fasilitas dan Promosi terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Berkunjung secara parsial maupun simultan. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 11.** Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.422	6.260		1.505	.136
	Fasilitas	.463	.079	.430	5.873	.000
	Promosi	.739	.113	.481	6.566	.000

a. Dependent Variable: Keputusan.Berkunjung

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 9,422 + 0,463X_1 + 0,739X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta positif sebesar 9,422 menunjukkan pengaruh positif variabel independen (Fasilitas dan Promosi) terhadap variabel dependen (Keputusan Berkunjung), Jika Fasilitas dan Promosi semakin baik, maka Keputusan Berkunjung akan semakin meningkat.
2. Nilai Koefisien regresi variabel Fasilitas positif sebesar 0,463 artinya setiap peningkatan pada Fasilitas (X1) sebesar satu persen, maka tingkat keputusan berkunjung naik sebesar 0,463. Hal ini menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan Pantai Indah Pandan, sehingga semakin lengkap fasilitas yang disediakan maka semakin meningkat pula jumlah Keputusan Berkunjung wisatawan.
3. Nilai Koefisien regresi variabel Promosi positif sebesar 0,739 artinya setiap peningkatan pada Promosi (X2) sebesar satu persen, maka tingkat keputusan berkunjung naik sebesar 0,739. Hal ini menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan Pantai Indah Pandan, sehingga semakin baik promosi yang dilakukan Pnati Indah Pandan maka semakin meningkat pula jumlah Keputusan Berkunjung wisatawan.

#### Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu Fasilitas dan Promosi secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Berkunjung. Hasil uji-t dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Uji Parsial (Uji-t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.422	6.260		1.505	.136
	Fasilitas	.463	.079	.430	5.873	.000
	Promosi	.739	.113	.481	6.566	.000

a. Dependent Variable: Keputusan.Berkunjung

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Uji parsial dilihat dari r hitung yang dibandingkan dengan r tabel dengan tingkat kesalahan  $\alpha$  sebesar 5%. Untuk menentukan t tabel dihitung dengan nilai derajat bebas (*degree of freedom*) dengan rumus:

$$t \text{ tabel} = t (\alpha / 2; n - k - 1)$$

$$t \text{ tabel} = (0,05 / 2; 99 - 2 - 1) = 1,98498$$

Berdasarkan data di atas diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Variabel Fasilitas (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Indah Pandan, hal ini terlihat dari hasil nilai signifikansi Fasilitas (X1) yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dari nilai t tabel yang di dapatkan dari rumus diatas dapat diketahui bahwa t hitung  $>$  t tabel dengan nilai  $5,873 > 1,984$  maka  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak. Sehingga hipotesis alternatif yang berbunyi fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Indah Pandan secara parsial diterima. Begitu juga sebaliknya, hipotesis nol yang berbunyi Fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Indah Pandan secara parsial ditolak.
2. Variabel Promosi (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Indah Pandan, hal ini terlihat dari hasil nilai signifikansi Promosi (X2) yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dari nilai t tabel yang di dapatkan dari rumus diatas dapat diketahui bahwa t hitung  $>$  t tabel dengan jumlah  $6,566 > 1,984$  maka  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak.

Sehingga hipotesis alternatif yang berbunyi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Indah Pandan secara parsial diterima. Begitu juga sebaliknya, hipotesis nol yang berbunyi Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Indah Pandan secara parsial ditolak.

### Uji Simultan (Uji-F)

Uji-F dilakukan dengan tujuan untuk membandingkan signifikansi nilai F hitung  $>$  F tabel. Jika F hitung lebih besar dari F tabel maka model regresi sudah tepat yang artinya adanya pengaruh dari keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji-F menggunakan nilai F tabel =  $F(k; n - k)$ ,  $F = (2; 99 - 2)$ ,  $F \text{ tabel} = (2; 97) = 3,09$  dengan tingkat kesalahan 5%. Uji-F yang dilakukan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 13.** Hasil Uji Simultan (Uji-F)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6521.756	2	3260.878	88.375	.000 <sup>a</sup>
	Residual	3542.244	96	36.898		
	Total	10064.000	98			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai f hitung sebesar 88,375 dengan nilai f tabel adalah 3,09 sehingga f hitung  $>$  f tabel atau  $88,375 > 3,09$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_a$ 4 diterima dan  $H_0$ 4 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X1) dan Promosi (X2) secara simultan atau bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) wisatawan di wisata Pantai Indah Pandan.

### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 14.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.805 <sup>a</sup>	.648	.641	6.074

a. Predictors: (Constant), Promosi, Fasilitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel diatas, hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi *Adjusted R square* yang diperoleh sebesar 0,641. Hal ini berarti 64,1 % keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh variabel fasilitas dan promosi sedangkan sisanya yaitu 35,9 % keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan

#### Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil data dari penelitian, menunjukkan bahwa variabel fasilitas mendapatkan hasil nilai koefisien dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nilai signifikansi fasilitas yang kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di wisata Pantai Indah Pandan. Dari hasil ini dapat dijelaskan bahwa fasilitas dipengaruhi oleh beberapa indikator yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Hal ini juga di dukung dengan penelitian terdahulu oleh Sulistyorini, 2021 didapatkan hasil bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Fasilitas yang terdapat di wisata Pantai Indah Pandan dilihat dari segi kebersihan dan kerapian. Fasilitas yang ditawarkan cukup memuaskan wisatawan dalam berkunjung seperti kamar mandi dan toilet yang bersih dan terawat dengan baik, tempat makan yang bersih dan rapi, air pantai yang bersih, mushola yang bersih dan terawat serta taman dan daerah sekitarnya yang bersih

## Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

dan terawat dengan baik. Hasil pernyataan ini dilihat dari jawaban responden terhadap indikator fasilitas yang digunakan. Tidak hanya itu saja, kelengkapan alat yang digunakan selama di wisata Pantai Indah Pandan juga tersedia dengan lengkap seperti alat yang digunakan berenang yaitu pelampung dan ban, tempat santai yang disediakan seperti gazebo dan payung teduh serta fasilitas lainnya. Fasilitas yang ada di wisata Pantai Indah Pandan memiliki fungsi dan kondisi yang baik seperti kamar mandi dan toilet yang dapat digunakan dengan baik, kondisi tempat santai dapat digunakan dengan baik, kapal yang digunakan berfungsi dengan baik, kondisi mushola yang nyaman dan bersih serta fasilitas lainnya yang ada di wisata Pantai Indah Pandan berfungsi dengan baik. Bentuk fisik fasilitas yang diberikan juga nyata tersedia dan dirawat oleh petugas seperti tersedianya tempat sampah di sekitar Pantai Indah Pandan, tempat jualan souvenir, tempat makan dengan fasilitas pendukungnya, empat santai seperti gazebo dan payung teduh, adanya panggung dan tempat ibadah. Berdasarkan jawaban responden tentang variabel fasilitas didapatkan bahwa indikator fungsi dan kondisi fasilitas merupakan indikator yang mendapatkan pengaruh yang lebih besar daripada indikator lainnya.

### **Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung**

Berdasarkan hasil data dari penelitian, didapatkan hasil dari nilai koefisien variabel promosi dengan nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dan hasil nilai signifikansi promosi kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di wisata Pantai Indah Pandan. Semakin baik promosi yang dilakukan di wisata Pantai Indah Pandan, maka akan semakin menarik perhatian wisatawan untuk mengambil keputusan berkunjung di wisata Pantai Indah Pandan. Promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu objek wisata. Dilihat dari hasil yang didapatkan dari jawaban responden terhadap promosi yang dilakukan wisata Pantai Indah Pandan, sangat mempengaruhi para responden/wisatawan untuk berkunjung. Hal ini berdasarkan dari frekuensi promosi yang dilakukan untuk menyampaikan informasi menarik tentang wisata Pantai Indah Pandan dengan menggunakan menggunakan media sosial seperti *instagram*, *facebook* dan *youtube*. Dari kualitas promosi yang dilakukan juga cukup menarik perhatian wisatawan untuk mengambil keputusan berkunjung dilihat dari informasi lewat media sosial yang sangat menarik serta penjelasan informasi yang jelas dan dapat dimengerti oleh wisatawan. Wisata Pantai Indah Pandan juga merupakan jalur bagi para wisatawan untuk mengunjungi beberapa tempat wisata lainnya seperti Pulau Kalimantan yang juga sangat diminati oleh para wisatawan. Wisata Pantai Indah Pandan ini juga sangat sesuai terhadap sasaran yang ingin mereka capai seperti waktu promosinya yang sangat tepat, kesesuaian informasi yang tidak berlebihan, lokasi yang sangat strategis, harga fasilitas yang tidak terlalu tinggi bagi dompet para wisatawan, serta kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan oleh pihak Wisata Pantai Indah Pandan. Berdasarkan jawaban responden tentang variabel promosi didapatkan bahwa indikator kesesuaian sasaran pada promosi merupakan indikator yang mendapatkan pengaruh yang lebih besar daripada indikator lainnya.

### **Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung**

Berdasarkan hasil uji  $f$  dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel fasilitas dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Pantai Indah Pandan. Nilai koefisien determinasi penelitian ini ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,641. Hal ini berarti besarnya kontribusi pengaruh fasilitas dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke pantai indah pandan 64,1 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Berdasarkan hasil data penelitian diketahui bahwa variabel promosi merupakan variabel yang memberikan pengaruh positif dan signifikan paling besar daripada fasilitas terhadap variabel terikat yaitu keputusan berkunjung dengan nilai  $t$  hitung 6,566 lebih besar dari  $t$  tabel 1,984 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini didukung juga dengan penelitian terdahulu oleh Sulistyorini, 2021 didapatkan hasil bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi mengapa variabel indikator promosi dikatakan paling berpengaruh di penelitian ini seperti yang dilihat dari

hasil data yang didapatkan dengan pengamatan langsung bahwa wisatawan yang melakukan kunjungan wisata di Pantai Indah Pandan mendapatkan informasi menarik untuk berkunjung karena promosi yang dilakukan di media sosial dan dari informasi dari teman ke teman.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan tentang pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan Pantai Indah Pandan, analisis data dan pembahasan bab-bab sebelumnya. Berikut ini kesimpulan yang dapat (1) Fasilitas dan Promosi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan Pantai Indah Pandan. Jika diurutkan, promosi memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan berkunjung dan fasilitas memiliki pengaruh paling kecil terhadap keputusan berkunjung. (2) Pada indikator variabel fasilitas, fungsi dan kondisi fasilitas memiliki pengaruh yang paling besar dan kebersihan juga kerapian fasilitas yang ditawarkan memiliki pengaruh paling kecil. Jika diurutkan dari yang paling besar hingga terkecil pengaruhnya adalah fungsi dan kondisi, fisik fasilitas yang diberikan, kelengkapan alat yang digunakan, serta kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan. Pada indikator variabel promosi, kesesuaian sasaran memiliki pengaruh yang paling besar dan kualitas promosi memiliki pengaruh paling kecil. Jika diurutkan dari yang paling besar hingga terkecil pengaruhnya adalah kesesuaian sasaran, frekuensi promosi dan kualitas promosi. (3) Fasilitas dan Promosi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di wisata Pantai Indah Pandan. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $88,735 > 3,09$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Keseluruhan variabel fasilitas dan promosi mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan sebesar 6,2 % dan sisanya 32,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. (4) Variabel Fasilitas (X1) dan Promosi (X2) mampu menjelaskan pengaruh terhadap Keputusan Berkunjung cukup kuat dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,641 atau 64,1 % dan sisanya 35,9 % dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti harga, citra destinasi, aksesibilitas dan sebagainya.

### **SARAN**

Promosi perlu dipertahankan karena secara keseluruhan promosi sudah baik. Fasilitas walaupun secara keseluruhannya sudah cukup baik namun indikator kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan oleh objek wisata Pantai Indah Pandan perlu diperhatikan dan ditingkatkan lagi sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. khususnya fasilitas di tempat makan restoran, tempat ibadah dan tempat jualan *souvenir* agar dapat memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Untuk penelitian selanjutnya yang akan meneliti mengenai penelitian yang sama agar dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai rujukan dan menambahkan teori-teori yang berguna bagi pemikiran dan wawasan peneliti serta dapat mengembangkan variabel-variabel independen guna menciptakan hasil penelitian yang sedang dibutuhkan.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima Kasih Kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Ardiansyah dan Ratnawili. 2021. Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi, dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah, *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, Volume 2 (2).

Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen*. Surabaya: Deepublish.

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2017. *Principle of Marketing (Global edition)*. 17<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Pearson Education Limited.

Lysistrata, Anrietha. 2018. Pengaruh Kebijakan Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pelanggan pada Hotel Wisata Watampone di Kabupaten Bone. Universitas Negeri Makassar.

Marpaung, Budiman. 2019. Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Interventing terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. Volume 1 (2).

Sedarmayanti, dkk. 2018. *Pembangunan & Pengembangan Pariwisata*. Bandung: PT Refika Aditama.

Sulistyorini. 2021. Pengaruh Lokasi, Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Di Objek Wisata Waturumpuk Desa Mendak Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun).

Tjiptono, Fandy. 2018. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.