

PENGARUH PROMOSI,
FASILITAS DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG PADA OBJEK
WISATA KAYANGAN API DI
WILAYAH KABUPATEN
BOJONEGORO

by Maya Sofiana

Submission date: 31-Jan-2024 08:37AM (UTC+0700)

Submission ID: 2282519214

File name: A_OBJEK_WISATA_KAYANGAN_API_DI_WILAYAH_KABUPATEN_BOJONEGORO.docx (60.71K)

Word count: 3261

Character count: 20957

**PENGARUH PROMOSI, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA KAYANGAN API
DI WILAYAH KABUPATEN BOJONEGORO**

Maya Sofiana¹

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail : mayasofiana025@gmail.com

Sigit Santoso²

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : sigitsantoso@untag-sby.ac.id

Abstract: *The decision to visit is a benchmark to determine the success of the Kayangan Api Tourism in Bojonegoro Regency. The purpose of this research is to determine the influence of promotion, facilities and location on the decision to visit the Kayangan Api tourist attraction in the Bojonegoro Regency area. The population in this study are visitors in general who come to visit the Kayangan Api Bojonegoro tourist attraction. The type of research used is quantitative research. The sampling technique used Accidental Sampling with a sample size of 100 respondents. The results of the research show that promotion variables and facility variables have a significant effect on visiting decision variables. Meanwhile, the location variable has no effect on the visiting decision variable. Promotion, facilities and location variables simultaneously influence the visiting decision variable.*

Keywords: *Promotion, Facilities, Location, Visiting Decision, Tourism, Kayangan Api Bojonegoro Regency*

Abstraksi : Keputusan berkunjung sebagai tolak ukur untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan Wisata Kayangan Api di Kabupaten Bojonegoro. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan berkunjung pada objek Wisata Kayangan Api di Wilayah Kabupaten Bojonegoro. populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung secara umum yang datang berkunjung pada objek wisata Kayangan Api Bojonegoro. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampeling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi dan variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung. Sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung. Variabel promosi, fasilitas dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan berkunjung.

Kata Kunci : Promosi, Fasilitas, Lokasi, Keputusan Berkunjung, Wisata, Kayangan Api Kabupaten Bojonegoro

LATAR BELAKANG

Perkembangan dari suatu pariwisata sangat menjanjikan dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak. Setiap orang pasti memiliki kebutuhan dan keinginan dengan produk dan jasa (Kotler dan Keller, 2013). salah satu bentuk jasa yaitu pariwisata, berpariwisata merupakan kegiatan perjalanan sementara waktu atau bersifat singkat dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan tidak untuk mencari nafkah melainkan untuk memenuhi rasa ingin tahu atau menghabiskan waktu yang luang ketika dihari libur (Eddyono, 2020). Kabupaten Bojonegoro adalah salah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi wisata alam maupun buatan yang dimiliki.

Wisata Kayangan Api atau api abadi ini adalah salah satu wisata alam unggulan Kabupaten Bojonegoro.. Kayangan Api merupakan fenomena geologi berupa gas alam yang keluar dari dalam tanah melalui zona lemah (rakahan). Wisata ini terletak di pertengahan hutan jati tepatnya di Desa Sendangharjo, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur. Tak kalah menariknya di dekat. semburan gas api, terdapat mata air yang menghasilkan bau menyengat karena mengandung belerang yang biasa disebut dengan Banyu Blukutuk. Wisata Kayangan Api ini juga menyediakan kuliner khas yaitu tape ketan pelangi daun plosong yang dapat dinikmati wisatawan yang berkunjung. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro mengenai jumlah pengunjung wisatawan Kayangan Api Bojonegoro. Kayangan Api Bojonegoro mendapat prioritas agar terus mengalami peningkatan angka kunjungan wisatanya, namun dalam beberapa tahun terakhir pengunjung destinasi wisata Kayangan Api Bojonegoro mengalami penurunan.

Tabel 1
Data Wisatawan Destinasi Wisata Kayangan Api Bojonegoro

No	Tahun	Nama Objek Wisata	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
1	2022	Kayangan Api	35.574 Orang	0 Orang
2	2021	Kayangan Api	36.819 Orang	0 Orang
3	2020	Kayangan Api	25.872 Orang	0 Orang
4	2019	Kayangan Api	69.362 Orang	103 Orang
5	2018	Kayangan Api	52.046 Orang	5 Orang
6	2017	Kayangan Api	65.519 Orang	0 Orang
7	2016	Kayangan Api	37.730 Orang	0 Orang
TOTAL			322.922 Orang	108 Orang

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bojonegoro

Beberapa strategi untuk mengatasi masalah turunnya jumlah pengunjung wisata Kayangan Api Bojonegoro adalah dengan menerapkan promosi yang tepat serta memberikan fasilitas yang lengkap dan memberikan sarana maupun prasarana yang baik untuk wisatawan yang akan datang berkunjung ke lokasi wisata Kayangan Api yang berada di pertengahan hutan jati agar terjadi peningkatan dalam keputusan berkunjung.

Wisata kayangan api menggunakan *Instagram* dan *Facebook* sebagai media promosi di media sosial. Sebagai akun untuk membagikan informasi di *Instagram* yaitu @kayanganapibojonegoro sedangkan satu akun di *Facebook* yaitu @Kayangan Api. Tujuan dengan adanya promosi ini untuk meningkatkan jumlah pengunjung objek Wisata Kayangan Api. Namun dilihat dari unggahan mempromosi objek wisata Kayangan Api yang sangat minim juga dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Wisatawan yang berkunjung ke Kayangan Api rata-rata mengetahui wisata tersebut bukan dari media sosial melainkan dari mulut ke mulut. Selain faktor promosi dalam keputusan berkunjung, yang menjadi faktor penting yaitu fasilitas.

Wisatawan akan membutuhkan fasilitas yang memudahkan wisatawan saat berada di luar lingkungan kesehariannya. Objek wisata Kayangan Api Bojonegoro memiliki fasilitas yang cukup baik. Suasana yang sejuk menjadikan wisatawan yang berkunjung ketagihan akan wisata Kayangan Api ini. Wisata Kayangan Api juga bisa digunakan sebagai tempat prewedding, karena tatanan tempatnya sangat rapi dan exotice. Namun dilain sisi pihak wisata Kayangan Api sendiri disini juga belum menyediakan tempat penginapan untuk pengunjung yang berasal dari luar daerah Kabupaten Bojonegoro. padahal salah satu daya Tarik wisata Kayangan Api ini adalah api abadi yang lebih indah dinikmati pada saat petang hari

Keberadaan suatu objek wisata dapat memberikan pengaruh pada tingkat kunjungan wisatawan. Dalam sektor pariwisata lokasi menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, akses dan jarak untuk menuju lokasi wisata juga akan menjadi pertimbangan untuk berkunjung. Selain itu waktu tempuh menjadi pertimbangan pengunjung untuk berpariwisata.

KAJIAN TEORITIS

Promosi

Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang digunakan untuk memberitahukan, mengingatkan, dan membujuk konsumen tentang produk perusahaan (Zuriyati, 2003). Promosi merupakan bentuk komunikasi yang dirancang untuk memberi

informasi mengenai produk atau jasa, sehingga di dalam perusahaan produk atau jasa sangatlah penting dalam menggunakan strategi promosi.

Fasilitas

Fasilitas yaitu bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan yang penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan memerlukan fasilitas sebagai pendukung dalam penyampaiannya. Adanya fasilitas yang mendukung sesuai dengan kebutuhan para wisata yang terkait dengan upaya untuk mempertahankan konsumen (para wisatawan). Jika jasa pariwisata dapat membuat fasilitas yang lengkap, konsumen pengguna jasa wisata akan merasa puas dalam menggunakan jasa tersebut sehingga tempat wisata dapat menciptakan keputusan berkunjung.

Lokasi

Lokasi usaha merupakan hal yang sangat perlu dipertimbangkan lokasi yang strategis menjadi faktor penting dan dapat menentukan keberhasilan suatu usaha. lokasi yang strategis apabila lokasinya mudah dijangkau dan sesuai dengan jenis usaha yang akan didirikan. Lokasi atau tempat, tidak hanya mempersentasikan suatu kemudahan yang akan diperoleh oleh konsumen, seperti yang dikemukakan oleh Kotler (2013), lokasi harus mampu memasarkan atau mempromosikan dirinya sendiri. Lokasi atau tempat pada dasarnya melakukan empat aktivitas, antara lain Jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Keputusan Berkunjung

Keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Membeli tidak selalu dalam produk yang dapat digenggam atau dilihat, namun juga dapat ditunjukkan pada produk maupun jasa (Swastha dan Handoko, 2008). Dalam usaha jasa pariwisata digunakan kata berkunjung karena pengunjung atau konsumen harus mendatangi langsung objek wisata untuk mendapatkan pelayanan tanpa bisa diwakilkan. Sehingga keputusan berkunjung dapat disimpulkan adalah pemilihan mendatangi suatu objek atau tidak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kuantitatif dan bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis data pada penelitian ini diolah dengan alat statistic yaitu aplikasi *software* statistic SPSS. Penelitian ini dilaksanakan pada Objek Wisata Kayangan Api yang beralamatkan Desa Sendangharjo Kecamatan Ngasem Kabupaten Bojonegoro. Unit analisis pada penelitian ini ditunjukkan

kepada wisatawan yang berkunjung di objek wisata Kayangan Api Bojonegoro. Dalam penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan *accidental sampling* adalah Teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok sebagai sumber penelitian sebagai data dan responden berjumlah sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan pada penelitian ini menggunakan kuesioner (Angket) dan observasi.

Metode Analisis Data

Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2018) Analisis regresi ganda digunakan apabila peneliti akan meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, apabila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya), Data pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu promosi (X1), fasilitas (X2) dan lokasi (X3) serta satu variabel dependen yaitu keputusan berkunjung (Y). Rumus regresi berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Uji Instrumen

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018) uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Apabila, nilai r hitung $> r$ tabel dan nilai korelasi signifikansi \leq signifikan 5% (level of signifikan), maka item tersebut dianggap tepat sebagai indikator yang valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas diartikan suatu nilai yang menyatakan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama, sebelum dilakukan uji reliabilitas data terlebih dahulu dilakukan uji validitas data hal ini dikarenakan data yang akan diukur harus tervaliditas dan baru dapat dilanjutkan uji reliabilitas. Menurut Ghozali (2018) kuesioner dapat dikatakan reliable apabila jawaban responden terhadap atas pertanyaan stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Metode yang dilakukan menggunakan metode Cronbach Alpha, dimana suatu alat ukur dilakukan secara reliable jika nilai Cronbach Alpha > 0.60 maka reliable, maka nilai Cronbach Alpha < 0.60 maka tidak reliable.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) Uji normalitas adalah alat uji yang bertujuan untuk menguji didalam model regresi, variabel penggaggu atau residual memiliki distribusi normal, model regresi yang baik memiliki distribusi data normal. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dapat dinyatakan normal apabila nilai probabilitas lebih besar ($>$) dari 0,05 maka data terdistribusi secara normal dan sebaliknya apabila nilai probabilitas lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka data terdistribusi tidak normal.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independent yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Uji ini digunakan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada dan tidaknya Heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*.

Teknik Pengujian Hipotesis

Uji F (Simultan)

Uji simultan (Uji F) yaitu pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) secara bersamaan terhadap variabel terikat (Y). Uji ini dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} yakni apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak (terdapat pengaruh yang signifikan), sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima (tidak terdapat pengaruh).

Uji T (Parsial)

Uji t (Parsial) adalah pengujian koefisien regresi secara parsial atau individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempengaruhi variabel

terikat. Uji T dilakukan menggunakan ketentuan jika hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan kadar signifikan sebesar 5% atau 0,05 maka variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model didalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien dari determinasi berkisar antara nol dan satu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik reponden berdasarkan jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 43 orang dengan persentase 43% sedangkan responden perempuan sebanyak 57 orang dengan persentase 57%.

Karakteristik responden berdasarkan usia responden yang berusia 17-20 tahun sebanyak 22 orang dengan persentase 22%. Responden yang berusia 21-25 tahun sebanyak 59 orang dengan persentase 59%, responden usia 26-30 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 5%, responden yang berusia 31-35 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 8% dan responden yang berusia ≥ 36 Tahun sebanyak 6 orang dengan persentase 6%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini berusia 21-25 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan domisili jumlah responden yang berdomisili Kabupaten Bojonegoro sebanyak 89 orang dengan persentase 89%, responden yang berdomisili dari Kota Surabaya sebanyak 7 orang dengan persentase 7%, responden yang bersal dari Kabupaten Tuban sebanyak 3 orang dengan persentase 3% dan responden yang berdomisili dari Kabupaten Pasuruan sebanyak 1 orang dengan persentase 1%. Dapat dikatakan jumlah responden yang paling banyak berasal dari Kabupaten Bojonegoro.

Hasil Uji Validitas

Dalam mebandingan nilai r tabel untuk $n=100$ dengan distribusi signifikasi uji dua arah, pengujian dua arah adalah pengujian terhadap satu hipotesis yang belum diketahui arahnya sebesar 5% atau sama dengan 0,05. Dapat diketahui bahwa r tabel dalam penelitian ini $n=100$ adalah $df = n-2 (100-2) = 98$ dengan distrinusi signifikan 0.05 yaitu 0,196. bahwa hasil uji validitas variabel promosi (X1), fasilitas (X2), lokasi (X3) dan keputusan Berkunjung (Y) r

hitung > r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan pada indikator pada setiap variabel valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Crombach Alpha	Alpha	Keterangan
Promosi (X1)	0,737	0,60	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,907	0,60	Reliabel
Lokasi (X3)	0,758	0,60	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	0,912	0,60	Reliabel

Sumber : Output SPSS.25, data primer diolah 2023

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 6 dapat diketahui bahwa uji reliabilitas pada setiap variabel promosi, fasilitas, lokasi dan keputusan berkunjung dapat dikatakan reliabel karena nilai *Crombach Alpha* > *Alpha*.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

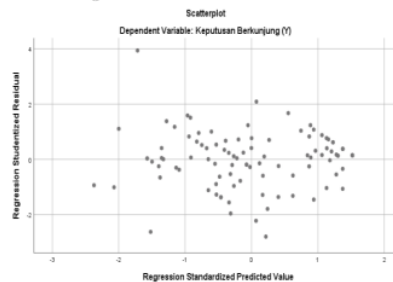
Uji normalitas adalah alat uji yang bertujuan untuk menguji didalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, model regresi yang baik memiliki distribusi data normal. Pada hasil uji *P-Plot of Regression Standardized* bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal. Pada hasil Uji Normalitas *One Sample Kolmogrov Smirnov Test* bahwa nilai Monte Carlo. Sig (2-tailed) sebesar 0,353 yang berarti nilai ini lebih besar dari 0,05 hal ini dapat di artikan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Multikoleniaritas

Berdasarkan hasil uji Multikoleniaritas variabel promosi (X1) nilai VIF 2,154, variabel Fasilitas (X2) nilai VIF 2,219, dan variabel Lokasi (X3) nilai VIF 1.876 sehingga disimpulkan bahwa ketiga variabel X tidak terjadi multikolinieritas dikarenakan hasil dari nilai VIF yaitu diantara 1 sampai dengan 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1
Uji Heterodkedastisitas



Sumber : Output SPSS.25, data primer diolah 2023

Hasil analisis pada gambar 2 menunjukkan bahwa titik – titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas pada penelitian ini.

6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independent Promosi (X1), Fasilitas (X2) dan lokasi (X3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung (Y). Selain itu analisis regresi linear berganda juga digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

1 dari hasil perhitungan analisis regresi dengan SPSS For Windows versi 25 diperoleh konstanta sebesar 0,372 dan koefisien regresi sebesar 0,324 untuk X1, koefisien regresi sebesar 0,639 untuk X2 serta koefisien regresi sebesar 0,107 untuk X3 sehingga dapat diketahui persamaan regresi.

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

$$Y = 0,372 + 0,324X_1 + 0,639X_2 + 0,107X_3 + e$$

Koefisien Determinasi (R²)

6 Berdasarkan pada hasil uji Koefisien Determinasi, besarnya pengaruh variabel promosi, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan berkunjung ditunjukkan melalui besarnya nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yaitu sebesar 0,709. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) yaitu sebesar 70,9 % sedangkan untuk sisanya sebesar 30,1% masih dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti pada penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

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 di tolak sebaliknya apabila nilai signifikan $> 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 di terima.

Tabel 3
Perbandingan t Hitung dan t Tabel

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.	Keterangan
Promosi	2,735	1,985	0,007	t _{tabel} > t _{hitung}
Fasilitas	7,868	1,985	0,000	t _{tabel} > t _{hitung}
Lokasi	0,893	1,985	0,374	t _{tabel} < t _{hitung}

Sumber : Output SPSS.25, data primer diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel promosi (X1) berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung (Y). Variabel fasilitas (X2) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y). Variabel lokasi (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) yaitu pengujian signifikasi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) secara bersamaan terhadap variabel terikat (Y). Uji ini dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} yakni apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak (terdapat pengaruh yang signifikan), sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima (tidak terdapat pengaruh).

Tabel 4
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1942,819	3	647,606	81,536	,000 ^b
	Residual	762,491	96	7,943		
	Total	2705,310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Fasilitas

Sumber : Output SPSS.25, data primer diolah 2023

Uji F variabel promosi, fasilitas dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.19 diperoleh $F_{hitung} 81,536$, sedangkan nilai F_{tabel} yang didapat dari tabel statistic adalah 2,69. Sehingga didapatkan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $81,536 > 2,69$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara simultan promosi (X1), fasilitas (X2) dan lokasi (X3) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) pada objek wisata Kyangan Api di Wilayah Kabupaten Bojonegoro pada pengunjung objek wisata tersebut.

PEMBAHASAN

Pengaruh Promosi (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) pada objek wisata Kayangan Api wilayah Kabupaten Bojonegoro. dalam hal ini menggambarkan bahwa semakin bagus promosi yang dilakukan semakin tinggi pula keinginan masyarakat yang ingin berkunjung ke objek Wisata Kayangan Api Bojonegoro. Wisata Kayangan Api juga harus melakukan promosi melalui media social, promosi melalui humas wisata, dan secara personal selling (menginformasikan secara langsung) kepada masyarakat agar mampu mendorong untuk berkunjung ke objek wisata Kayangan Api tersebut. Pihak wisata kayangan api juga dapat memanfaatkan media promosi dengan adanya duta wisata agar lebih dikenal oleh masyarakat.

Pengaruh Fasilitas (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) pada wisata Kayangan Api Kabupaten Bojonegoro. ini menggambarkan bahwa semakin bagus dan semakin lengkap fasilitas yang diberikan oleh pihak wisata akan semakin banyak peluang menarik pengunjung yang berminat untuk datang dan mengunjungi wisata Kayangan Api Kabupaten Bojonegoro. hal ini di karenakan fasilitas tertata rapi, teratur, masih berfungsi dengan baik dan mengandung unsur estetika, dan kondisi fasilitas yang mendukung serta kebersihan lingkungan harus dipertahankan oleh pihak wisata untuk menjadi penarik masyarakat untuk mengunjungi dan menikmati keunikan-keunikan yang ada di wisata Kayangan Api di Kabupaten Bojonegoro.

Pengaruh Lokasi (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) pada objek wisata Kayangan Api di

Bojonegoro. Hal ini bertolak belakang dengan hipotesis yang dikemukakan dimana sebelumnya lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Pada wisata Kayangan Api Bojonegoro lokasi wisata berada di pertengahan hutan, serta tidak adanya pentunjuk arah sehingga tidak dijadikan masalah bagi pengunjung yang datang. Karena wisata Kayangan Api Bojonegoro memiliki keunikan dan keindahan yang tidak dimiliki wisata lain.

6 **Pengaruh Promosi (X1), Fasilitas (X2) dan Lokasi (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)**

Hasil analisis uji Simultan (F) menunjukkan bahwa promosi (X1), fasilitas (X2) dan lokasi (X3) secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y). Meskipun demikian, dapat dilihat dari hasil uji Parsial (Uji T) variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Objek wisata Kayangan Api Kabupaten Bojonegoro.

DAFTAR PUSTAKA

- (Ghozali, Imam. 2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- (Sugiyono, 2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- (Kotler, Philip. 2007) Manajemen Pemasaran di Indonesia, Edisi Pertama, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- (Kotler, Philip., Keller, Kevin L. 2013). Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- (Swastha Basu, 2008) Manajemen Pemasaran Modern edisi 2 (Yogyakarta: Penerbit Liberty-Yogyakarta)
- (Eddyono, F. 2020). *Pengelolaan Destinasi Wisata* (Issue July). Penerbit Uwis Inspirasi Indonesia

PENGARUH PROMOSI, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA KAYANGAN API DI WILAYAH KABUPATEN BOJONEGORO

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

15%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	6%
2	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	6%
3	journal.unnes.ac.id Internet Source	3%
4	eprints2.undip.ac.id Internet Source	2%
5	www.scribd.com Internet Source	2%
6	www.slideshare.net Internet Source	1%
7	jurnal.peneliti.net Internet Source	1%

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches < 33 words