

# **PENGARUH PROMOSI, FASILITAS, DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI WISATA KAMPOENG DJAWI JOMBANG**

Karlinda Anika Rigita Putri  
Awin Mulyati  
Diana Juni Mulyati

## **ABSTRACT**

*This research conducted by the author with the titled *The Effect of Promotion, Facilities, and Travel Attractions on Visiting Decisions*. The author takes the tourism destination in *Kampoeng Djawi Jombang*. *Kampoeng Djawi* is a tourist destination in *Jombang* city which seeks to bring up and introduce *Javanese* models of old days. *Kampoeng Djawi Jombang* was established in 2013. This tour has 5 clusters, each of which has its own characteristics. This study aims to find out and analyze how the influence of *Promotion, Facilities, and Tourism Attraction on Visiting Decisions*. The population in this study are visitors who will visit *Kampoeng Djawi Jombang Tourism*. The results showed that *promotion and facilities* had a positive and significant effect on the *Visiting Decision*, while the *Attraction of Tourism* did not significantly influence the *Visiting Decision on the Kampoeng Djawi Jombang Tourism*. This is because the *Attractions of Kampoeng Djawi* such as the type of performances that are less attractive and inadequate lodging in *Kampoeng Djawi Jombang*. In this study it is also known that the *Visit Decision* is influenced by the variable *Promotion, Facilities, and Travel Attraction* by 30.9% while the remaining 69.1% is influenced by variables or other factors not examined in this study such as *Location, Ticket Prices, Quality Services* and so on.*

*Keywords: Promotion, Facilities, Travel Attractions, and Visiting Decisions*

## **Pendahuluan**

Wisata merupakan tempat dimana kita dapat menemukan kesenangan dan kebahagiaan dengan alam maupun lingkungan hidup. Dengan melakukan liburan atau berwisata dapat menghilangkan sedikit kejenuhan atau stress setelah melakukan berbagai aktivitas yang melelahkan. Industri pariwisata saat ini masih dianggap yang paling pesat perkembangannya. Banyak orang yang menghabiskan waktu luang untuk berlibur ke tempat wisata yang mereka inginkan, bahkan bisa sampai pada ke tempat yang sedikit jauh dari tempat tinggal mereka.

Di Indonesia merupakan Negara yang memiliki berbagai keaneragaman wisata alam maupun buatan. Ditinjau dari sisi pariwisata banyak sekali wisata yang dapat dibanggakan dari Negara kita ini, karena ada beberapa yang tidak dimiliki oleh Negara-Negara lain di Dunia. Serta di Indonesia juga memberikan kontribusi positif bagi pengembangan sektor kepariwisataan yang ada di Indonesia. Potensi wisata di Indonesia secara meluas hampir mencakup semua jenis wisata yang dapat di promosikan kepada para wisatawan. Seperti wisata alam, budaya, dan berbagai wisata lain sebagai hasil buatan manusia sendiri dengan berbagai macam keaneragaman dan keunikan dari setiap masing-masing daerah di Indonesia.

Dalam sektor pariwisata telah menampilkan beberapa peranannya dalam memberikan kontribusi yang nyata terhadap kehidupan Ekonomi, Sosial, dan Budaya. Pemerintah juga dapat mengembangkan pariwisata sebagai suatu industri dengan tujuan untuk mempercepat proses peningkatan kesempatan bekerjasama dalam membangun sektor pariwisata. Pariwisata juga memberikan banyak manfaat terhadap masyarakat-masyarakat sekitar. Objek dan Daya Tarik wisata dapat menyukseskan program pemerintah dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai asset yang dapat ditawarkan kepada wisatawan.

Seperti di salah satu kota di Jombang terdapat wisata di daerah Wonosalam yaitu wisata Kampoeng Djawi. Kampoeng Djawi merupakan salah satu destinasi wisata yang unik dengan suasana khas pedesaan asri dan sejuk. Mulai dari pintu masuk hingga berbagai tempat dan fasilitas penginapan khas Jawa membawa para pengunjung pada era tempo dulu. Apalagi dengan didukungnya udara sejuk Wonosalam bisa membuat para pengunjung betah berlama-lama. Kampoeng Djawi berada di ketinggian 750 di atas permukaan laut dengan udara yang cukup segar dikelilingi pegunungan dan hamparan sawah memperkuat suasana desa yang menyatu dengan alam. Penginapan di Kampoeng Djawi berbentuk rumah Joglo yang sangat nyaman untuk para pengunjung.

Pada wisata Kampoeng Djawi memiliki kegiatan promosinya untuk mengenalkan wisatanya kepada masyarakat maupun para calon wisatawan. Upaya yang dilakukan dengan cara merancang media promosi yang lebih efektif dan efisien, karena Kampoeng Djawi memiliki sejarah Jawa sekaligus menjadi tempat wisata. Pada Kampoeng Djawi pun juga mempunyai akun Sosial Media berupa Instagram untuk mempromosikan wisatanya.

Memasuki wisata Kampoeng Djawi, para pengunjung dikenakan biaya 50 ribu rupiah per orangnya. Tiket masuk digunakan untuk berkeliling dan berenang. Kali pertama masuk ke Kampoeng Djawi pengunjung akan disugahi pemandangan yang Jawa banget. Properti yang digunakan sengaja didatangkan langsung dari Lamongan, Jombang, Kediri dan beberapa daerah lain bekas Kerajaan Majapahit. Selain kental dengan property Jawa, berbagai jenis tanaman ang ada akan memberikan kesan teduh dan sejuk. Ada Sembilan rumah joglo, masing-masing berisi 4 kamar yang ditawarkan. Perorang dikenakan biaya 330 ribu rupia termasuk makan 3 kali dan bebas menggunakan seluruh fasilitas seperti karaoke, billiard, dan kolam renang.

Selain fasilitas penginapan Kampoeng Djawi juga bisa digunakan untuk Outbond dan menjadi tempat prewedding favorit, karena tatanannya yang exotice sekali. Fasilitas di Outdoor seperti high rope, flying fox, amphitheater, arena shooting target, pendopo joglo, rafting di Kali Boro, Off road, motor cross, dan Mountain Bike. Kampoeng Djawi juga menyediakan program interaktif yang diperuntukan bagi pengunjung. Disana juga dapat memacu adrenaline leat permainan paintball. Kampoeng Djawi juga menyediakan berbagai masakan Jawa dengan harga yang bervariasi.

Bangunan yang khas kuno menjadi daya tarik tersendiri pada wisata Kampoeng Djawi ini. Suasana yang sejuk dan dingin menjadikan wisatawan ketagihan akan wisata Kampoeng Djawi ini. Banyak hal yang menarik disajikan pada wisata ini. Nuansa-nuansa wisata yang diberikan mampu membuat para wiatawan ingin bekunjung kembali ke wisata Kampoeng Djawi ini.

Promosi merupakan salah satu faktor penting dalam mengenalkan suatu produk seperti pada wisata Kampoeng Djawi ini. Tujuannya adanya promosi ini untuk meningkatkan pendapatan dan pengunjung di wisata Kampoeng Djawi ini. Promosi mempunyai peranan penting dalam dunia wisata ini untuk memperoleh dan mempertahankan pengunjungnya. Oleh sebab itu

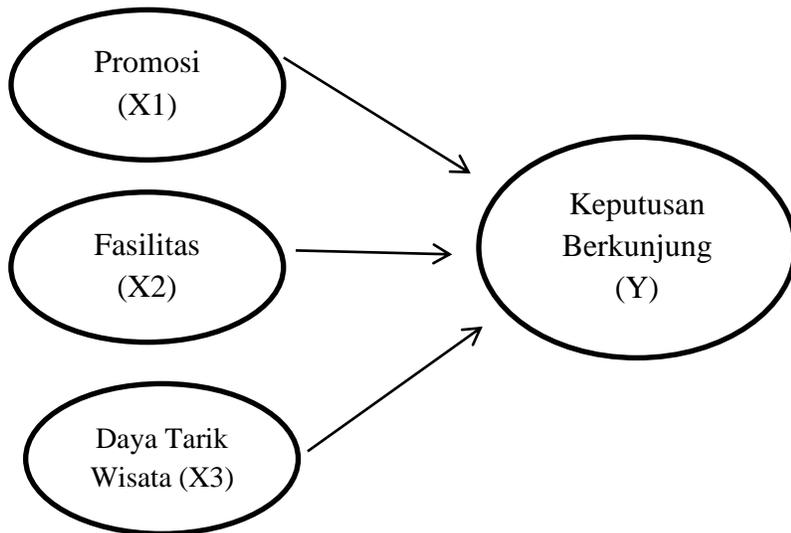
wisata Kampoeng Djawi ini menerapkan promosi dan melaksanakan kegiatan promosi dalam bentuk media online dan media offline.

Selain dalam bentuk promosi wisata Kampoeng Djawi juga memberikan fasilitas yang mampu untuk meningkatkan jumlah pengunjung untuk mengunjungi wisata ini. Maka wisata Kampoeng Djawi ini menerapkan fasilitas yang sangat memadai untuk dapat dimainkan oleh para pengunjung. Pada wisata Kampoeng Djawi ini dilengkapi dengan fasilitas yang nyaman agar para pengunjung dapat merasa nyaman berlibur ditempat wisata Kampoeng Djawi ini. Fasilitas juga merupakan unsur pendukung dalam daya tarik wisata yang menjadikan penilaian pengunjung untuk berkunjung ke Kampoeng Djawi ini. Fasilitas juga tidak hanya berperan sebagai penilaian pengunjung untuk berkunjung, tetapi mendukung suatu objek wisata Kampoeng Djawi ini menjadi menarik.

Dengan adanya fasilitas akan menjadikan daya tarik tersendiri untuk para pengunjung yang akan berkunjung. Maka dari itu wisata Kampoeng Djawi ini memiliki daya tarik tersendiri dari bangunan-bangunan yang berbentuk jawi sekali dan kuno menjadikan pengunjung tertarik untuk berwisata ke Kampoeng Djawi ini. Sedangkan untuk lokasi Kampoeng Djawi sendiri sudah banyak yang mengetahui dan untuk harga tiket masuk pun pada wisata ini juga sangat memadai dengan fasilitas yang diberikan pada wisata ini.

Pengunjung yang akan mengunjungi dan menikmati wisata ini akan lebih mudah mengetahui dan mengungkapkan kesan mereka tentang wisata Kampoeng Djawi ini. Misalnya dalam segi promosi, fasilitas, daya tarik dan lain sebagainya. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan diatas maka penulis terdorong melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Wonosalam Jombang”.

### **Kerangka Berpikir dan Hipotesis Penelitian**



## Hipotesis Penelitian

1. Hipotesis Pertama :
  - a.  $H_1$  : Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang
  - b.  $H_0$  : Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang
2. Hipotesis Kedua
  - a.  $H_2$  : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang
  - b.  $H_0$  : Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang
3. Hipotesis Ketiga
  - a.  $H_3$  : Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang
  - b.  $H_0$  : Daya Tarik Wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang

## Metode Penelitian

- a. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner sebagai pengumpulan data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dan bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independent terhadap dependent. Teknik analisis data menggunakan analisis linier berganda. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah orang-orang yang sudah pernah mengunjungi wisata Kampoeng Djawi di Wonosalam Jombang.
- b. Dalam penelitian ini penulis mengambil responden sebanyak 100 orang dengan metode non-probability sampling (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling, dimana sampel dipilih berdasarkan karakteristiknya. Teknik ini dipilih karena populasi dan sampel yang diambil memiliki karakteristik tertentu, antara lain:
  - a) Wisatawan yang sudah berkunjung
  - b) Masyarakat di Jombang
- c. Pengukuran yang dilakukan untuk mengukur variabel  $X_1$  (Promosi),  $X_2$  (Fasilitas),  $X_3$  (Daya Tarik Wisata) dan variabel  $Y$  (Keputusan Berkunjung) peneliti menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2016:93) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.
- d. Teknis Analisa Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
  - a) Uji Validitas
  - b) Uji Reabilitas
  - c) Uji Korelasi Parsial
  - d) Analisis Regresi Linier Berganda
  - e) Uji F
  - f) Uji Parsial (Uji t)
  - g) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

## Definisi Konsep dan Operasional

### Definisi Konsep

No.	Variabel	Definisi Konsep
1.	Promosi (X1)	Swasta dan Irawan (2005:349) promosi pada hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan mendorong permintaan, yang dimaksud komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan pada produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.
2.	Fasilitas (X2)	Tjiptono ( 2004:19 ) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.
3.	Daya Tarik Wisata(X3)	(Zaenuri, 2012) Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata.
4.	Keputusan Berkunjung (Y)	keputusan berkunjung adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

## Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Operasional
1.	Promosi (X1)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Personal selling</li><li>2. Periklanan</li><li>3. Promosi penjualan</li><li>4. Hubungan masyarakat</li><li>5. Pemasaran Langsung</li></ol>
2.	Fasilitas (X2)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Desain fasilitas</li><li>2. Nilai fungsi</li><li>3. Estetika</li><li>4. Kondisi yang mendukung</li><li>5. Peralatan penunjang</li><li>6. Seragam Pegawai</li></ol>
3.	Daya Tarik Wisata (X3)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Atraksi</li><li>2. Aksebilitas</li><li>3. Amenitas atau fasilitas</li><li>4. Jasa pendukung</li></ol>
4.	Keputusan Berkunjung (Y)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk</li><li>2. Keinginan mencoba</li><li>3. Kemantapan akan kualitas suatu produk</li><li>4. Keputusan pembelian ulang</li></ol>

## Analisis Data dan Pembahasan

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin

JENIS KELAMIN	JUMLAH	PERSENTASE
Laki- laki	40	41,2 %
Perempuan	60	58,8 %

Jumlah	100	100 %
--------	-----	-------

*Sumber : Hasil kuesioner 2020*

Dari tabel 4.1 diatas berdasarkan pengelompokan jenis kelamin, dapat dilihat responden laki-laki 41,2 % dan perempuan 58,8 %. Data tersebut menunjukkan bahwa responden perempuan memiliki persentase lebih tinggi dari responden laki-laki.

b. Karakteristik responden berdasarkan umur

UMUR	JUMLAH	PERSENTASE
< 20 tahun	4	3,9 %
20-30 tahun	84	84,3 %
31-40 tahun	12	11,8 %
41-50 tahun	0	0
>51 tahun	0	0
Jumlah	100	100 %

*Sumber : Hasil Kuesioner 2020*

Dari tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa responden yang memiliki umur 20-30 tahun memiliki jumlah persentase lebih tinggi sebanyak 84,3 % , sedangkan umur < 20 tahun sebanyak 3,9 % dan umur 31-40 tahun sebanyak 11,8 %. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang berkunjung ke Wisata Kampoeng Djawi di Jombang.berumur 20-30 tahun.

c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

JENIS PEKERJAAN	JUMLAH	PERSENTASE
Wirausaha	22	21,6 %
Pegawai Swasta	33	32,4 %
Mahasiswa/Pelajar	45	46,1 %
Jumlah	100	100 %

*Sumber : Hasil Kuesioner 2020*

Dari tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa responden yang memiliki pekerjaan mahasiswa/pelajar memiliki jumlah persentase lebih tinggi sebanyak 46,1% , sedangkan pekerjaan wirausaha sebanyak 21,6% dan pekerjaan pegawai swasta sebanyak 32,4%. Dapat disimpulkan bahwa responden mahasiswa/pelajar lebih banyak yang akan berkunjung ke Wisata Kampoeng Djawi di Jombang.

d. Rekapitulasi jawaban responden

- a) Dapat diketahui pernyataan responden, indikator yang dapat mewakili variabel Promosi dengan nilai mean tertinggi yaitu indikator personal selling dan periklanan yang memperoleh nilai mean sebesar 4,45.
- b) Dapat diketahui pernyataan responden, indikator yang dapat mewakili variabel fasilitas dengan nilai mean tertinggi yaitu indikator nilai fungsi yang memperoleh nilai mean sebesar 4,37.
- c) Dapat diketahui pernyataan responden, indikator yang dapat mewakili variabel Daya Tarik Wisata dengan nilai mean tertinggi yaitu indikator jasa pendukung yang memperoleh nilai mean sebesar 3,90.
- d) Dapat diketahui pernyataan responden, indikator yang mewakili variabel keputusan berkunjung dengan nilai mean tertinggi yaitu indikator kemantapan akan kualitas suatu produk yang memperoleh nilai mean sebesar 4,26.

e. Analisis Data

**Uji Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.425	.623		.682	.497
Promosi (X1)	.364	.122	.261	2.982	.004
Fasilitas (X2)	.473	.096	.429	4.918	.000
Daya Tarik Wisata (X3)	.062	.052	.101	1.193	.236

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung (Y)

dapat diketahui persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 0,425 + 0,364X_1 + 0,473X_2 + 0,062X_3$$

Dimana:

Y = Variabel Keputusan Berkunjung

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi untuk variabel promosi

b2 = Koefisien regresi untuk fasilitas

- b3 = Koefisien regresi untuk daya tarik wisata
- X1 = Promosi
- X2 = Fasilitas
- X3 = Daya Tarik Wisata

Jadi persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap terjadi perubahan pada Promosi, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata akan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung.

### Uji Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini nilai  $df = 100 - 4 = 96$ , dengan nilai signifikansi ( $\alpha$ ) 5% diketahui nilai t sebesar 1,66088. Hipotesis diterima jika nilai t hitung  $>$  tabel, dapat disimpulkan bahwa:

#### 1. Pengaruh variable promosi terhadap keputusan berkunjung

Hasil nilai uji t hitung pada promosi sebesar 2,982 dimana  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,982 > 1,660$ ) dengan tingkat signifikan ( $0,004 < 0,05$ ), maka hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang.

#### 2. Pengaruh variable fasilitas terhadap keputusan berkunjung

Hasil nilai uji t hitung pada fasilitas sebesar 4,918 dimana  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $4,918 > 1,660$ ) dengan tingkat signifikan ( $0,000 < 0,05$ ), maka hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang.

#### 3. Pengaruh variable daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung

Hasil nilai uji t hitung pada daya tarik wisata sebesar 1,193 dimana  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  ( $1,193 < 1,660$ ) dengan tingkat signifikan ( $0,236 > 0,05$ ), maka hipotesis ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata tidak signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang.

### Uji Simultan (Uji F)

Nilai F hitung sebesar  $14,336 > F \text{ tabel}$  sebesar 2,70 dan signifikan sebesar 0,000. Jadi, pada penelitian ini hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh Promosi, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang dapat di terima.

### Uji Determinasi ( $R^2$ )

Diperoleh hasil *R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,309 hal ini menunjukkan bahwa keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel promosi, fasilitas, dan daya tarik wisata sebesar 30,9% sedangkan sisanya sebesar 69,1% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Uji Korelasi

Terlihat antara variabel independent (promosi, fasilitas, dan daya tarik wisata) terhadap variabel dependent (keputusan berkunjung) terbukti interval koefisien sebesar 0,556. Nilai  $r$  yang semakin mendekati 1 berarti semakin kuat hubungan antar variabel.

### f. Pembahasan

#### 1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Kampong Djawi di Jombang. Ini menggambarkan bahwa semakin bagus Promosi yang dilakukan secara personal selling (komunikasi secara langsung) maka akan semakin tinggi pula para keinginan masyarakat untuk berkunjung ke Wisata Kampong Djawi Jombang. Wisata Kampong Djawi juga harus mempertahankan promosi melalui media sosial, promosi melalui humas wisata, dan menginformasikan secara langsung kepada para wisatawan mampu mendorong masyarakat untuk berkunjung ke Wisata Kampong Djawi Jombang. Promosi dengan cara pemberian diskon atau potongan harga kepada para wisatawan yang akan menginap mampu menarik perhatian pengunjung dan akan merekomendasikan wisata kepada kerabat atau orang lain. Hasil ini sesuai dengan penelitian Sandra Di Septika (2018) yang menyatakan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

#### 2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Kampong Djawi Jombang. Ini menggambarkan bahwa semakin bagus fasilitas yang diberikan kepada para pengunjung maka akan semakin tinggi pula keinginan masyarakat untuk berkunjung ke Wisata Kampong Djawi Jombang. Hal ini dikarenakan fasilitas tertata rapi, masih berfungsi dengan baik, teratur dan mengandung unsur estetika, kondisi fasilitas yang mendukung, adanya penunjang fasilitas, dan seluruh karyawan yang menggunakan seragam rapi harus tetap dipertahankan oleh wisata untuk menjadi penarik masyarakat untuk berkunjung di Wisata Kampong Djawi Jombang. Hasil ini sesuai dengan penelitian Imam Ardiansyah (2019) yang menyatakan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

#### 3. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Kampong Djawi Jombang. Ini menggambarkan bahwa menurut responden Wisata Kampong Djawi Jombang tidak memberikan atraksi pertunjukan yang menarik, adanya lokasi yang kurang memadai untuk menuju ke lokasi wisata, tidak adanya informasi yang jelas, dan penginapan yang kurang memadai terhadap keputusan berkunjung sehingga tidak menjadi daya tarik

wisata tersendiri bagi para pengunjung yang akan berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang.

#### **4. Pengaruh Promosi, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung**

Hasil analisis uji F ini menunjukkan bahwa Promosi, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang. Meskipun demikian, dari uji parsial ternyata Daya Tarik Wisata tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Kampoeng Djawi Jombang.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan kepada pengunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang mengenai Promosi, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang.
2. Fasilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang.
3. Daya tarik wisata mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang. Menurut penulis ini dikarenakan Wisata Kampoeng Djawi Jombang tidak memberikan atraksi pertunjukan yang menarik sehingga hal ini tidak menjadi daya Tarik bagi masyarakat untuk berkunjung ke Wisata Kampoeng Djawi Jombang
4. Promosi dan Fasilitas secara serempak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampoeng Djawi Jombang. Sedangkan yang dominan mempengaruhi Keputusan Berkunjung adalah variable Fasilitas.

### **Daftar Pustaka**

Ayu Dwi Astuti. 2018. Pengaruh Promosi, Store Atmosphere, Harga pada Keputusan Pembelian di Mitra 10 Wiyung Surabaya. Universitas 17 Agustus 1945. Surabaya

Eka Rosyidah Aprilia, Sunarti, Edriana Pangestuti. 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Malang. Universitas Brawijaya. Malang

Iradatunnisa Mu'izzah. 2019. Pengaruh Kualitas Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah. Universitas Sahid. Jakarta

Siti Rahmah, Wahyu Sri Haryani, Teguh Satya Wira. 2013. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung pada Hairos Waterpark. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma. Medan

- Sopyan.2015. Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Skripsi). Universitas Diponegoro. Semarang
- Thomas Aquinas Wahyu Adi Putranto. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen (Skripsi). Universitas Sanata Darma. Jogjakarta
- Verawati. 2019. Pengaruh Promosi Penjualan dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Museum Angkut Kota Batu (Skripsi). Universitas 17 Agustus 1945. Surabaya
- Viqrul Nadia Nur Laili. 2019. Pengaruh Daya Tarik Iklan, Atribut Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Skripsi) .Universitas 17 Agustus 1945. Surabaya