

Pengaruh Fasilitas, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Berkunjung Ke Tempat Wisata Negeri Jahetan Layar Di Kutai Lama

Fretty Triana Putri¹, Rina Masitoh Hariyadi², Danna Solihin³
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1946
Email: frettytrianaputri@gmail.com

Keywords :

Visiting Interest, Influencer of Amenities, Price, Promotion and Location.

ABSTRACT

Analysis of the Effect of Facilities, Prices Promotions and Location on People's Interest in Visiting Tourist Attractions in Jahetan Layar Country in Kutai Lama. Under the guidance of Mrs. Rina Masitoh Hariyadi, as supervisor I and Mrs. Danna Solihin, as supervisor II.

This study aims to determine and analyze the influence of facilities, prices, promotions and location on people's interest in visiting tourist attraction of the Negeri Jahetan Layar in Kutai Lama . The theoretical basis used in this study includes facilities, prices, promotions, location and purchase interest.

This research was conducted on the interest of visiting the public to the tourist attraction of visiting the public to the tourist attraction of the Negeri Jahetan Layar in Kutai Lama, the populations and samples were taken as many as 150 respondents using the non-probability sampling method, precisely purposive sampling. The data analysis techniques used are multiple linear regressions analysis and hypothesis testing using t test and f test, using SPSS version 25 program.

The results of data analysis in this study, it can be concluded that the variables of facilities, prices, promotions and location stimulant have a positive and significant effect on public visiting interest. The result of the t test showed that the location variable did not have a significant effect on people's end interest, while facilities, price, and promotions had a significant effect on people's visiting interest in the object.

PENDAHULUAN

Kekayaan sumber daya alam yang dimiliki kawasan Indonesia menjadikan Indonesia memiliki banyak potensi baik dalam sektor pertanian, pertambangan, perkebunan, industri dan pariwisata. Sumber daya alam yang melimpah, unsur keindahan alam, keunikan budaya, peninggalan sejarah, keanekaragaman flora dan fauna serta keramahan penduduk lokal yang menjadikan nilai tambah bagi sektor pariwisata Indonesia. Pariwisata di Indonesia pada dasarnya mulai menunjukkan perkembangan dan pertumbuhan, menjadi sebuah industri yang berdiri sendiri.

Fasilitas merupakan yang bertujuan untuk melayani dan mempermudah kegiatan pengunjung yang dilakukannya untuk mendapat pengalaman rekreasi. Salah satu cara agar masyarakat puas akan fasilitas yang diberikan, pihak objek wisata menyediakan Glamping Villa, Kemah, Toilet, Caffe, Musholla, ATV, Tempat parkir yang luas dan lain-lain. Adanya Fasilitas yang lengkap dan menarik membuat konsumen tertarik untuk mengunjungi objek wisata Negeri Jahetan Layar. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan kesuatu produk atau layanan jasa. Harga yang diberikan Negeri Jahetan Layar untuk tiket masuk sebesar Rp. 10.000 / kendaraan. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan perkembangan sesuatu, baik itu merek, produk atau perusahaan itu sendiri. Negeri Jahetan Layar melakukan promosi melalui media sosial nya dan juga dari pengunjung-pengunjung nya. Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang. Lokasi Negeri Jahetan Layar cukup jauh dari pusat kota.

Salah satu daerah yaitu Kabupaten Kutai Kertenegara yang telah berhasil mengelolah wisata hingga menarik keputusan berkunjung dengan keindahan pemandangannya. Objek wisata tersebut ialah Negeri Jahetan Layar, yang berlokasi di Negeri Jahetan Layar, Kutai Lama.

Negeri Jahetan Layar adalah wisata yang menawarkan panorama alam pengunungan, dan dapat melihat pemandangan desa kutai lama. Hal menarik dari Negeri Jahetan Layar yaitu memiliki villa berbentuk segi tiga dan keberadaan objek Negeri Jahetan Layar menampilkan arsitektur modern dan tradisional. Hampir setiap harinya jumlah wisatawan yang datang ke Negeri Jahetan Layar terus mengalami peningkatan. Potensi-potensi wisata yang dipandang sebagai salah satu peluang dalam bisnis dapat mendatangkan profit bagi pengelolanya. Karena itu, setiap pelaku bisnis wisata saling bersaing untuk menarik pengunjung dan dapat meningkatkan pendapatan.

Menghadapi pesaingnya dalam mengelola objek wisata Negeri Jahetan Layar mempunyai strategis dan ketegasan langkah dalam upaya menarik keputusan konsumen untuk berkunjung dalam rangka meningkatkan jumlah wisatawan yang datang.

Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi secara efisien dan efektif. Menurut Priangani (2013:2) ialah: Manajemen pemasaran adalah sebagai proses analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian. Menurut Firmansyah (2018:2) Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian dan pengevaluasi prooduk dan jasa (*product servies*).

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang bertujuan untuk melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung atau wisatawan yang dilakukannya untuk mendapatkan pengalaman rekreasi. Menurut Fanggidae & Bere (2020:55) Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasikan segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang.

Indikator fasilitas menurut Fanggidae dan R Bere (2020:55):

1. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.

Fasilitas wisata Negeri Jahetan Layar sangat lengkap seperti Musholla, toilet, cafe, glamping villa, kemah, ATV, teleskop, tempat bermain anak dan didukung oleh kebersihan dan kerapiannya.

2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan.
Fasilitas yang diberikan berfungsi sangat baik.
3. Kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang ditawarkan.
Fasilitas yang ditawarkan Negeri Jahetan Layar mudah digunakan.

Harga merupakan nilai uang yang dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Menurut Krisdayanto *et al.* (2018:3) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau sejumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Indikator harga menurut Kridayanto *et al.* (2018:4):

1. Keterjangkauan harga
Harga produk yang ditawarkan cukup terjangkau di kalangan masyarakat.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas
Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan.
3. Daya saing harga.
Harga yang ditawarkan lebih murah dari objek wisata lain atau pesaing.

Promosi adalah salah satu penentuan keberhasilan program pemasaran. Jika konsumen tidak mengetahui kualitas produk dan tidak yakin apakah produk tersebut berkualitas dan bermanfaat bagi mereka, maka konsumen tidak akan tertarik. Menurut Kotler & Keller (2016:272) Promosi merupakan cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen atau pasar yang dituju, dengan tujuan menyampaikan informasi mengenai produk / perusahaan agar mereka mau membeli.

Indikator promosi menurut Kotler & Keller (2016:272)

1. Pesan promosi
Promosi yang dilakukan sangat jelas dan mudah di mengerti.
2. Media promosi
Promosi yang dilakukan melalui media sosial nya, dan dari pengunjung yang pernah berkunjung ke objek wisata.

Lokasi merupakan suatu tempat dimana hasil produk perusahaan berada. Menurut Tjiptono (2015:345) Lokasi megacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian dan penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Indikator lokasi menurut Tjiptono (2015:345)

1. Akses
Kemudahan dalam mengukur akses jalan Negeri Jahetan Layar
2. Visibilitas
Objek wisata Negeri Jahetan Layar mudah di temukan.
3. Lingkungan
Kenyaman dan keindahan lingkungan sekitar Negeri Jahetan Layar.

Keputusan berkunjung merupakan proses dimana seseorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Menurut Poli *et al.* (2023:231) Keputusan berkunjung merupakan hasil dimana wisatawan benar-benar memutuskan untuk mengunjungi destinasi wisata yang disukai dari berbagai macam alternatif destinasi yang ada.

Indikator keputusan berkunjung menurut Poli *et al* (2023:231)

1. Kemantapan untuk melakukan kunjungan ke objek wisata Negeri Jahetan Layar.
2. Memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk berkunjung ke Negerin Jahetan Layar.

3. Melakukan kunjungan ulang ke Negeri Jahetan Layar.

METODE

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field work research*) dengan mengangkat data yang ada dilapangan, dengan cara kuesioner dan penelitian kepustakaan (*library research*).

2. Populasi dan Sampel

Menurut Soegiharto (2018:42) adalah sejumlah individu objek yang akan diteliti. Sedangkan sampel menurut Eddy Soegiarto (2018:42) adalah suatu proses pengambilan sampel atau bagian dari populasi yang dapat mewakili karakteristik populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non *probability sampling* tepatnya *puporsive sampling*, yang dimana responden merupakan pengunjung Negeri Jahetan Layar.

Adapun pertimbangan untuk menjadikan responden sebagai berikut:

1. Laki-laki dan perempuan.
2. Berusia mulai dari 15 tahun.

Menurut Hair *et al* (2019:204) Cara untuk menentukan sampel yakni bila populasi sangat besar tanpa di ketahui secara pasti totalnya, maka saran ukuran sampel pada analisis regresi yakni tergantung pada total indikator penelitian di kalikan 5 hingga 10.

Maka perhitungan banyaknya sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 10 \\ &= 15 \times 10 \\ &= 150 \text{ responden} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus diatas menggunakan sampel sebesar 150 responden.

3. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Menurut Sugiyono (2016:75) Uji validitas untuk mendapatkan kualitas hasil penelitian yang ermutu dan baik sudah semestinya rangkaian penelitian harus dilaukan dengan baik. Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data valid dengan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas jika setiap pertanyaan lebih besar (>) 0,30 maka butiran pertanyaan dianggap valid.
2. Menurut Ghozali (2018:45) Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's alpha* (>) 0,60.
3. Uji Regresi Linier Berganda
Menurut Syofian (2013) Analisis linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat upaya meningkatkan keputusan berkunjung (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih.

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Dimana:

Y = Keputusan Berkunjung

X1 = Fasilitas

X2 = Harga

X3 = Promosi

X4 = Lokasi

b = Koefisien Berganda

4. Menurut Ghozali (2016:97) Uji t menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen terhadap variabel dependen, sebagai berikut:
 1. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan < 0.05 maka hipotesis di terima.
 2. Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan > 0.05 maka hipotesis di tolak.
5. Menurut Ghozali (2016:96) Uji f merupakan uji signifikansi pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau ebas dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap dependen atau terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi 0,05.
6. Menurut Ghozali (2016:95) Uji determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis

Penelitian ini terdapat 150 kuesioner yang diberikan kepada responden. Data hasil kuesioner tersebut kemudian dianalisis secara statistik dengan menggunakan program SPSS versi 25.

1. Regresi Linier Berganda

Tabel 1 : Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.034	1.604		6.255	.000
	FASILITAS	.413	.048	.021	4.285	.006
	HARGA	.791	.049	.137	5.869	.034
	PROMOSI	.385	.063	.449	6.121	.000
	LOKASI	-.374	.076	-.271	-2.967	.335

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_MASYARAKAT

sumber: data diolah 2023

$$Y = 0,021x_1 + 0,137x_2 + 0,449X_3 + -0,271X_4 + e$$

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Fasilitas X1 memiliki koefisien kearah positif sebesar 0,021 sehingga jika terjadi peningkatan pada fasilitas, maka keputusan masyarakat berkunjung ketempat wisata Negeri Jahetan Layar Di Kutai Lama akan meningkat.

2. Pengaruh Harga X2 memiliki koefisien kearah positif sebesar 0,137 sehingga jika terjadi peningkatan pada harga, maka keputusan masyarakat berkunjung ketempat wisata Negeri Jahetan Layar Di Kutai Lama akan meningkat.
3. Pengaruh Promosi X3 memiliki koefisien kearah positif sebesar 0,449 sehingga jika terjadi peningkatan pada promosi, maka keputusan masyarakat berkunjung ketempat wisata Negeri Jahetan Layar Di Kutai Lama akan meningkat.
4. Pengaruh Lokasi X4 memiliki koefisien kearah negatif sebesar -0,271 sehingga jika terjadi peningkatan pada lokasi, maka keputusan masyarakat berkunjung ketempat wisata Negeri Jahetan Layar Di Kutai Lama mengalami penurunan.

2. Uji t (Uji Parsial)

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Sebaliknya jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Hasil pengelolaan data dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2 : Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.034	1.604		6.255	.000
	FASILITAS	.413	.048	.021	4.285	.006
	HARGA	.791	.049	.137	5.869	.034
	PROMOSI	.385	.063	.449	6.121	.000
	LOKASI	-.374	.076	-.271	-2.967	.335

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_MASYARAKAT

Sumber: data diolah 2023

Dalam penelitian ini jumlah responden yang digunakan sebanyak 150 responden, dengan menggunakan tingkat signifikan 0,5 atau 5% dengan derajat serta pengujiannya $df = n-k-1 = 144$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,97658.

1. Pengaruh fasilitas X1 terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan tabel 5.12 hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel fasilitas X1 t_{hitung} 4,285 lebih besar dari pada 1,97658 dan taraf signifikan 0,006 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung (Y), hipotesis dapat diterima.

2. Pengaruh Harga X2 Terhadap Keputusan Berkunjung Y

Berdasarkan tabel 5.12 hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel Harga X2 t_{hitung} 5,869 lebih besar dari pada 1,97658 dan taraf signifikan 0,034 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung (Y), hipotesis dapat diterima.

3. Pengaruh Promosi X3 Terhadap Keputusan Berkunjung Y

Berdasarkan tabel 5.12 hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel Promosi X3 t_{hitung} 6,121 lebih besar dari pada 1,97658 dan taraf signifikan 0,000 lebih kecil dari $\alpha =$

0,05. Sehingga dapat disimpulkan variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap masyarakat berkunjung (Y), hipotesis dapat diterima.

4. Pengaruh Lokasi X4 Terhadap Keputusan Berkunjung Y

Berdasarkan tabel 5.12 hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel Lokasi X4 thitung -2,967 lebih kecil dari pada 1,97658 dan taraf signifikan 0,335 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan variabel berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung (Y), hipotesis ditolak.

3. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hasil uji f (simultan) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3 : Uji F
ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.689	4	6.922	10.329	.011
	Residual	97.171	145	.679		
	Total	124.860	149			

Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan tabel 5. Diketahui bahwa nilai signifikan $\alpha = 0,05$ (5%) dan nilai $df = n - k = 150 - 5 = 145$ dengan demikian diperoleh f_{tabel} sebesar 2.43 dan f_{hitung} sebesar 10,329 artinya fasilitas, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Masyarakat Berkunjung sehingga hipotesis diterima.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4 : Uji Kofesien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.852	.830	.81863
a. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA, PROMOSI, FASILITAS				

Sumber : Data diolah penulis 2023

Berdasarkan tabel 5.14 Diketahui hasil nilai R 0,771 yang artinya bahwa tidak terdapat hubungan yang kuat antara Fasilitas, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung Masyarakat karena nilai R mendekati 1. Nilai kefisien determinasi (R^2) Sebesar 0,830 jika di persentasekan sebesar 83,0% yang artinya bahwa terdapat pengaruh antara variabel Fasilitas, Harga, Promosi dan Lokasi secara simultan terhadap Keputusan Masyarakat Berkunjung sedangkan sisanya 17,0% diperngaruhui oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

1. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan hipotesis diterima karena variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama.

Hal ini disebabkan karena fasilitas yang diberikan sangat lengkap, bersih, dapat digunakan dengan mudah dan berfungsi dengan baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima karena fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama, yang artinya semakin baik fasilitas yang diberikan maka semakin tinggi masyarakat yang memutuskan berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima karena variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama.

Hal ini disebabkan karena harga yang ditawarkan relatif terjangkau, sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dan lebih murah dari objek wisata lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima karena harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama, yang artinya semakin baik harga yang diberikan maka semakin tinggi masyarakat yang memutuskan berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama.

3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima karena variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama.

Hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan informatif, mudah dimengerti, dan mengundang band setiap bulannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima karena promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama, yang artinya semakin baik promosi yang diberikan maka semakin tinggi masyarakat yang keputusan berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama.

4. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis di tolak karena variabel lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama.

Hal ini disebabkan karena Negeri Jahetan Layar adalah tempat wisata satu-satunya yang ada di Kutai Lama.

5. Pengaruh Fasilitas Harga Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan berkunjung masyarakat ketempat wisata

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima karena variabel Fasilitas, Harga, Promosi, dan Lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai pengaruh fasilitas, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan masyarakat berkunjung ketempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis diterima karena fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama, yang artinya semakin baik fasilitas yang diberikan maka semakin tinggi masyarakat yang keputusan berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis diterima karena harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama, yang artinya semakin baik harga yang diberikan maka semakin tinggi masyarakat yang keputusan berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis diterima karena promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama, yang artinya semakin baik promosi yang diberikan maka semakin tinggi masyarakat yang keputusan berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ditolak karena berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama, Negeri Jahetan Layar adalah wisata satu-satu nya yang ada di Kutai Lama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis Fasilitas, Harga, Promosi, dan Lokasi diterima karena fasilitas, harga, promosi dan lokasi secara berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama, yang artinya semakin baik fasilitas, harga, promosi dan lokasi yang diberikan maka semakin tinggi masyarakat yang keputusan berkunjung ke tempat wisata Negeri Jahetan Layar di Kutai Lama.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan beberapa simpulan tersebut, maka dapat disusun beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Negeri Jahetan Layar

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa fasilitas, harga, dan promosi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung masyarakat. Oleh karena itu, Negeri Jahetan Layar diharapkan dapat mempertahankan konsumen lama dan menarik calon konsumen baru dengan cara memberikan fasilitas yang lebih, promosi yang menarik.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dapat melengkapi kekurangan yang ada dalam penelitian ini agar dapat memperluas jangkauan penelitian dengan menambah faktor lainnya yang dapat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung masyarakat pada Negeri Jahetan Layar.

REFERENCES

- Fanggidae and Bere, 2020, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata Di Pantai Lasiana*, Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas, Volume 4 (2) 110-.
- Firmansyah, Anang, 2018, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta.:
- Ghozali, Imam, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Update PLS Regresi*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.:
- , 2016, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.:
- Hair, Joseph F. Jr and Et, Al, 2019, *Multivariate Data Analysis*, Eighth Edi.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, 2016, *Marketing Management*.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. ..., & Gagah, E., 2018, *Analisis Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Lina Putra Net Bandungan*, Journal of Management, Volume 4(4).
- Poli, Lapian, & Loindong, 2023, *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang*, Jurnal Manajemen, Volume Vol. 11, pp. 821.
- Priangani, Ade, 2013, *Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global*, Jurnal Kebangsaan, Volume 2(4)1-9.
- Soegiharto, Eddy, 2018, *Metodologi Penelitian dan Penulisan Ilmiah*, Jakarta: Indocamp.:
- Tjiptono, Fandy, 2015, *Pemasaran Jasa*.