

Pengaruh Promosi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang

Sasnita Simbolon, Riandani Rezki Prana, Husni Mubarak

Program Studi Manajemen Perusahaan, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia

Email: ¹sasnita.s@gmail.com, ²riandanirezki@gmail.com, ³husnimubarak0707@gmail.com

Abstrak—Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang. Sampel penelitian ini berjumlah 90 orang yang dilakukan pada Mei-Juni 2019, pengambilan sampel menggunakan accidental sampling (sampel kebetulan ketemu) yaitu pengambilan sampel kepada siapa saja yang berada ditempat atau kebetulan ketemu sebagai sampel yang dipandang cocok sebagai sumber data. Analisis data menggunakan regresi linier berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi (R^2), uji simultan (uji F), uji parsial (uji t), sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan fasilitas mampu menjelaskan keberadaannya terhadap variabel kepuasan pengunjung, selain itu Secara simultan variabel promosi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, sementara secara parsial variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Monaco park Kabupaten Deli Serdang.

Kata kunci: Promosi; Fasilitas; Kepuasan Pengunjung

Abstract—The purpose of this Research was to know how much influence promotions and facilities on satisfaction of visitor at Monaco park in Kabupaten Deli Serdang. The research sample were 90 people whose research was conducted from May to June 2019, Sampling used accidental sampling (sample accidental meet), which was the sample by taking samples to anyone who was in a place or chance to meet as a sample that was deemed suitable as a data source. Data analysis used multiple linear regression, hypothesis testing used test coefficient of determination (R^2), simultaneous test (F test), partial test (t test), while processing data used SPSS 16. The results showed that promotion and facilities were able to explain their existence to the variable visitor satisfaction, besides that, simultaneously the promotion variables and facilities have a positive and significant effect on visitor satisfaction. While partially promotion variable has not affect visitor satisfaction, while partially facility variables have a positive and significant effect on visitor satisfaction at Monaco park in Kabupaten Deli Serdang.

Keywords: Promotion; Facilities; Visitor Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Rutinitas harian yang padat membutuhkan konsentrasi yang tinggi sehingga seseorang mudah jenuh dan membutuhkan rekreasi serta hiburan untuk dapat menyegarkan kembali jasmani dan rohani nya, dengan adanya objek wisata kita dapat menghilangkan rasa jenuh kita dari rutinitas sehari-hari yang telah dilalui. Seperti yang kita ketahui, dengan banyaknya objek wisata di Kota Medan maka semakin banyak pula persaingan untuk menjadikan setiap objek wisata agar diminati masyarakat dan berlomba untuk mempromosikan setiap objek wisata. Promosi sangat penting dilakukan, karena dengan melakukan promosi yang optimal maka perusahaan dapat mencapai tujuan yaitu meningkatnya penjualan dan mendapatkan pengunjung yang senang dengan produk yang disediakan. Promosi akan sangat sukses jika dilengkapi dengan penyediaan fasilitas yang mendukung sehingga operasional perusahaan berjalan lancar dan dapat memberikan kepuasan kepada pengunjung. Kepuasan pengunjung merupakan hal terpenting untuk membangun suatu objek wisata agar terus maju. Oleh karena itu, jika perusahaan melakukan promosi secara maksimal dan didukung dengan fasilitas yang memadai maka pengunjung akan merasakan dan memberikan nilai tertentu terhadap apa yang telah diharapkan dan dirasakan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mardiani dan Murwatiningsih (2015) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa fasilitas dan promosi berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kota Semarang, keputusan berkunjung mempunyai pengaruh secara langsung terhadap kepuasan, fasilitas dan promosi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Adiwiyoto (2017) diperoleh variabel lokasi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan, variabel promosi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan, variabel ketersediaan sarana prasarana secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan, variabel ketersediaan sarana transportasi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Dari penelitian Piola (2018) di peroleh hasil bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, kemudian kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dan fasilitas wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung terhadap kepuasan pengunjung.

Penelitian ini dilakukan di Monaco Park Kabupaten Deli Serdang yang beralamat di desa Namo Suro Baru, Biru-biru, Kabupaten Deli Serdang. Taman ini merupakan salah satu objek wisata alam tepatnya berada ditengah-tengah hutan yang memiliki kolam renang dan pemandangan alam yang indah. Dari hasil pengamatan sementara yang penulis lakukan di taman Monaco park yang berada di kabupaten deli serdang, objek wisata ini masih kurang dikenal luas oleh masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang rata rata bertinggal di sekitar Monaco park. Kurang nya informasi atau promosi kepada masyarakat membuat objek wisata ini belum dikenal secara luas. Fasilitas

yang disediakan oleh pengelola objek wisata Monaco park masih dapat dikatakan kurang memadai diantaranya tidak adanya karcis tiket masuk yang disediakan pengelola, toilet dan kantin yang masih kurang baik perawatannya, serta area kolam renang yang tidak difasilitasi petugas pengawas.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Monaco Park yang terletak di desa Namo Suro Baru, Biru-biru, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia, pada bulan Mei 2019 sampai Juni 2019.

2.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh peneliti (Silaen, 2018:143). Data primer ini disebut juga data asli atau data baru.
2. Data sekunder, yaitu data diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari hasil penelitian pihak lain (Silaen, 2018:143). Data ini biasanya dikumpulkan dari pustaka (teks buku atau dari laporan peneliti terdahulu).

Sumber data yang digunakan yaitu:

1. Data Internal yaitu data yang didapat dari tempat penelitian dengan cara membagikan dan mengumpulkan kembali kuesioner kepada pengunjung Monaco Park Kabupaten Deli serdang. Dimana data tersebut merupakan data mentah dan harus diolah sebelum dituangkan ke dalam skripsi.
2. Data Eksternal yaitu data yang didapat dari luar tempat penelitian seperti internet dan perpustakaan.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Studi Dokumentasi: Pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari informasi berdasarkan dokumen-dokumen perusahaan yang berkaitan dengan penelitian.
2. Kuesioner: metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada responden yang dijadikan sampel.
3. Observasi: pengamatan data melalui pengamatan secara langsung di Monaco Park.

2.3 Populasi dan Sample

Populasi adalah keseluruhan dari objek atau individu yang memiliki karakteristik (sifat-sifat) tertentu yang akan diteliti. Populasi juga disebut universum (*universe*) yang berarti keseluruhan, dapat berupa benda hidup atau benda mati (Silaen, 2018:87). Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah pengunjung Monaco Park Kabupaten Deli Serdang pada bulan Mei hingga Juni 2019 berjumlah 840 orang.

Sample adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu untuk diukur atau diamati karakteristiknya, kemudian ditarik kesimpulan mengenai karakteristik tersebut yang dianggap mewakili populasi (Silaen, 2018:87). Teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental sampling*. *Accidental sampling* (sampel kebetulan ketemu) yaitu peneliti mengambil sampel kepada siapa saja yang berada ditempat atau kebetulan ketemu sebagai sampel yang dipandang cocok sebagai sumber data. Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik slovin dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \tag{1}$$

Keterangan:

n : sampel

N : populasi

e : perkiraan tingkat kesalahan

Dengan jumlah populasi 840 orang dan perkiraan tingkat kesalahan 10% maka didapat jumlah sampel sebanyak 90 orang.

2.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, sedangkan model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, dengan model persamaan:

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+e \tag{2}$$

Dimana:

Y = Kepuasan pengunjung

X₁ = Promosi

X₂ = Fasilitas

a = Konstanta

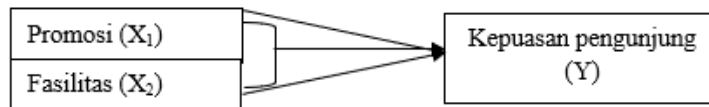
b₁ = Koefisien regresi variabel promosi

b₂ = Koefisien regresi variabel persepsi harga

e = Error of term (variabel yang tidak diteliti)

2.5 Kerangka Berfikir

Promosi adalah suatu hal yang harus dilakukan untuk menginformasikan, membujuk dan menarik pelanggan agar membeli suatu produk atau jasa, yang mana suatu perusahaan juga harus menyesuaikan fasilitas pendukung dan memadai guna mendapatkan nilai lebih dari setiap pelanggan atau dengan kata lain pelanggan merasa puas. Kepuasan pengunjung adalah suatu penilaian dari pelanggan atas penggunaan produk barang atau jasa berdasarkan harapan dan kenyataan yang didapatkan. Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Wahyuati (2017) menunjukkan bahwa pengujian hipotesis antara variabel fasilitas, pelayanan, dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Kenjeran Park Surabaya. Penelitian yang dilakukan oleh Mardiani dan Murwatningsih (2015) menunjukkan bahwa fasilitas dan promosi berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kota Semarang, keputusan berkunjung mempunyai pengaruh secara langsung terhadap kepuasan, fasilitas dan promosi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan melalui keputusan berkunjung.



Gambar 1. Kerangka berpikir

2.6 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang masih bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, secara teoritis dianggap paling tinggi tingkat kebenarannya, dan perlu dibuktikan melalui penelitian dan hasil penelitian dapat menolak atau menerima hipotesis tersebut (Silaen, 2018:58). Formulasi hipotesis penelitian ini yaitu:

- H₀ : Promosi dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Monaco Park Kabupaten Deli Serdang;
- H₁ : Ada pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang.
- H₂ : Ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang.
- H₃ : Ada pengaruh promosi dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang.

2.7 Pengujian Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X₁ dan X₂) adalah besar terhadap variabel terikat (Y).

b. Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji hipotesis penelitian ini digunakan uji simultan (uji F), uji ini dilakukan untuk melihat pengaruh promosi dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pengunjung, pengujian dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$ (5%), dengan kriteria:

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H₀ diterima, H₁ ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak berpengaruh;
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H₀ ditolak, H₁ diterima, artinya secara simultan penelitian berpengaruh.

c. Uji parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) bertujuan untuk melihat pengaruh promosi dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung, dengan kriteria:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H₀ diterima, H₁ ditolak, artinya secara parsial penelitian ini tidak berpengaruh;
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H₀ ditolak, H₁ diterima, artinya secara parsial penelitian ini berpengaruh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sesuatu yang sedang diukur, guna untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Tabel 1. Validitas Instrument Variabel Promosi (X₁)

Instrument	Nilai Validitas		Kesimpulan
	r_{hitung}	R_{tabel}	
Promosi1	0.746		Valid
Promosi2	0.746	0.306	Valid
Promosi3	0.621		Valid

Instrument	Nilai Validitas		Kesimpulan
	rhitung	Rtabel	
Promosi4	0.558		Valid
Promosi5	0.821		Valid
Promosi6	0.833		Valid
Promosi7	0.568		Valid
Promosi8	0.750		Valid
Promosi9	0.480		Valid
Promosi10	0.746		Valid

Dari tabel 1 menunjukkan bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variabel promosi (X_1) memiliki nilai r-hitung > 0.306 , maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel promosi yang digunakan valid.

Tabel 2. Validitas Instrument Variabel Fasilitas (X_2)

Instrument	Nilai Validitas		Kesimpulan
	Rhitung	rtabel	
Fasilitas1	0.365		Valid
Fasilitas2	0.573		Valid
Fasilitas3	0.744		Valid
Fasilitas4	0.565		Valid
Fasilitas5	0.642		Valid
Fasilitas6	0.650	0.306	Valid
Fasilitas7	0.610		Valid
Fasilitas8	0.513		Valid
Fasilitas9	0.567		Valid
Fasilitas10	0.721		Valid
Fasilitas11	0.595		Valid
Fasilitas12	0.536		Valid

Dari tabel 2 menunjukkan bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variabel fasilitas (X_2) memiliki nilai r-hitung > 0.306 , maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel fasilitas yang digunakan valid.

Tabel 3. Validitas Instrument Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Instrument	Nilai Validitas		Kesimpulan
	Rhitung	Rtabel	
Kepuasan Pengunjung1	0.560		Valid
Kepuasan Pengunjung2	0.383		Valid
Kepuasan Pengunjung3	0.598		Valid
Kepuasan Pengunjung4	0.628		Valid
Kepuasan Pengunjung5	0.670		Valid
Kepuasan Pengunjung6	0.787	0.306	Valid
Kepuasan Pengunjung7	0.590		Valid
Kepuasan Pengunjung8	0.687		Valid
Kepuasan Pengunjung9	0.687		Valid
Kepuasan Pengunjung10	0.691		Valid
Kepuasan Pengunjung11	0.825		Valid
Kepuasan Pengunjung12	0.737		Valid

Dari tabel 3 menunjukkan bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variabel kepuasan pengunjung (Y) memiliki r-hitung > 0.306 , maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel kepuasan pengunjung yang digunakan valid.

Uji reliabilitas dilakukan untuk menjamin kestabilan, konsisten dan kehandalan suatu instrument jika digunakan secara berulang-ulang pada waktu yang berbeda-beda. Dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alfa* hitung $>$ *cronbach alfa* toleransi (0.6). Hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach's alfa</i>	Kesimpulan
1	Promosi (x1)	0.910	Reliabel
2	Fasilitas (x2)	0.886	Reliabel

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach's alfa</i>	Kesimpulan
3	Kepuasan Pengunjung (y)	0.913	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alfa* seluruh variabel lebih besar dari 0.6, maka dapat disimpulkan bahwa kuisioner penelitian ini dikatakan reliabel.

3.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang. Berikut tabel hasil pengujian regresi linier berganda pada masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	12.443	3.726			3.339	.001
1 Promosi	.129	.080	.146		1.624	.108
Fasilitas	.635	.091	.626		6.969	.000

a. Dependent Variable: Kepuasanpengunjung

Berdasarkan hasil pengujian diatas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y=12.443+0.129X_1+0.635X_2$$

Pada model regresi linier berganda diperoleh nilai konstanta kepuasan pengunjung sebesar 12.443 artinya jika nilai variabel bebas (X_1 dan X_2) nilainya 0, maka variabel terikat (Y) nilainya sebesar 12.443. koefisien regresi masing-masing variabel bebas bernilai positif, artinya kepuasan pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang dapat dipengaruhi oleh promosi dan fasilitas.

3.3 Pengujian Hipotesis

3.3.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.716 ^a	.513	.502	3.036	

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Promosi

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.513 atau 51.3% menunjukkan bahwa variabel promosi dan fasilitas mampu menjelaskan variasi yang terjadi terhadap kepuasan pengunjung, sedangkan sisanya 48.7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti citra destinasi, kualitas pelayanan dan lainnya.

3.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) dilakukan untuk melihat pengaruh promosi dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pengunjung, pengujian dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$ (5%), dengan kriteria:

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak berpengaruh;
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara simultan penelitian berpengaruh

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	845.902	2	422.951	45.876	.000 ^a
Residual	802.098	87	9.220		
Total	1.648.000	89			

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Promosi
b. Dependent Variable: Kepuasanpengunjung

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai F_{hitung} yaitu 45.876 > nilai F_{tabel} yaitu 2.71 dan nilai signifikan 0.000 < nilai alpha (α) 0.05. Maka keputusan yang diambil H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dengan diterimanya H_1

menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari promosi (X_1) dan fasilitas (X_2) mampu menjelaskan keragaman variabel terikat (Y). Dengan demikian variabel promosi dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang.

3.3.3 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) bertujuan untuk melihat pengaruh promosi dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung, dengan kriteria:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara parsial penelitian ini tidak berpengaruh;
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara parsial penelitian ini berpengaruh.

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.443	3.726		3.339	.001
1 Promosi	.129	.080	.146	1.624	.108
Fasilitas	.635	.091	.626	6.969	.000

a. Dependent Variable: Kepuasanpengunjung

Berdasarkan tabel diatas menerangkan bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel promosi yaitu $1.624 < t_{tabel} 1.662$ dan nilai signifikan $0.108 > 0.05$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel fasilitas yaitu $6.969 > t_{tabel} 1.662$ dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara parsial variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang.

3.4 Pembahasan

Dari hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel promosi dan fasilitas mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada kepuasan pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang, ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0.513 atau 51.3% sedangkan sisanya 48.7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel promosi dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang, ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yaitu $45.876 > t_{tabel}$ yaitu 2.71 dan nilai signifikan $0.000 < \text{nilai } \alpha (0.05)$. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mardiani dan Murwatiningsih (2015) yang berjudul pengaruh fasilitas dan promosi terhadap kepuasan pengunjung, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Fasilitas dan promosi berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kota Semarang keputusan berkunjung mempunyai pengaruh secara langsung terhadap kepuasan, fasilitas dan promosi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening.

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung sementara itu secara parsial variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Piola (2018) yang berjudul pengaruh promosi, kualitas layanan, dan fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata lawang park Kabupaten Agam, hasil penelitiannya menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dan fasilitas wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan promosi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Secara parsial promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, sedangkan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Monaco Park Kabupaten Deli Serdang.

REFERENCES

- Adiwiyoto, I. P. (2017). Pengaruh Lokasi, Promosi, Ketersediaan Sarana Prasarana, Dan Ketersediaan Sarana Transportasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Surakarta (Studi Wisatawan Surakarta). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–22.
- Fikri, M. El, & Ritonga, H. M. (2017). Dampak Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Wisatawan Ke Bumi Perkemahan Sibolangit. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 58–67.
- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing* (1st ed.). Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. Global Edition* (15th ed., Vol. 15E). England: Pearson Education. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>

- Kurniawan, A. R. (2018). *Dasar-Dasar Marketing segala hal tentang marketing dan sales*. (S. Adams, Ed.) (Pertama). Yogyakarta: Quadrant.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mardiani, Y., & Murwatiningih. (2015). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(1), 65–75.
- Piola, I. (2018). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Lawang Park Kabupaten Agam. *Fakultas Ekonomi*, 13(2), 1–2.
- Priansa, D. J. (2017). *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta,Cv.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis* (Revisi). Bogor: Penerbit in media.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. (Fl.Sigit, Ed.) (Pertama). Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (IV)*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction (IV)*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. (A. A. C, Ed.) (Pertama). Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Wulandari, V., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6, 1–20.