

Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Pada Rumah Pohon Habitat Langkat

Rahayu Sri Ananda¹, Edi Winata²

¹Alumni Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma

²Program studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen

Email: ¹Anandarahayu7@gmail.com, ²edwinsukma1960@gmail.com

Abstrak-Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi dan fasilitas terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada Rumah Pohon Habitat Langkat. Sampel penelitian ini adalah 200 orang pengunjung pada Rumah Pohon Habitat, pengambilan sampel menggunakan sampel aksidental. Analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi (R^2), uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F), menggunakan pengolahan data SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada Rumah Pohon Habitat.

Kata Kunci: Promosi; Fasilitas; Keputusan Wisatawan Berkunjung

Abstract-The purpose of this research was to found out whether there was an influenced of promotion and facilities on the decision of tourists visiting the Rumah Pohon Habitat Langkat. The sample of this research was 200 visitors at the Rumah Pohon Habitat, sampling used accidental sample. Data analysis used multiple linear regression tests, hypothesis test used the coefficient of determination test (R^2), partial test (t test) and simultaneous test (F test), used SPSS 20 data processing. The results showed that promotion and facilities was positive and significant effects partially or simultaneously to the decisions of tourists visiting the Rumah Pohon Habitat.

Keywords: Promotion; Facilities; Decisions Of Visiting Tourists

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu sektor yang sangat kompleks, dimana terdapat beberapa komponen yang dapat mendukung jalannya sektor tersebut, antara lain yaitu adanya wisatawan, objek wisata serta industri pariwisata seperti hotel, restoran dan transportasi. Banyaknya minat pengunjung terhadap objek wisata yang menarik dan kekinian menjadi pemicu para pelaku usaha untuk terus berbenah dan siap bersaing terhadap objek wisata lainnya. Produk wisata juga tidak terlepas dari adanya kegiatan promosi yang menarik serta didukung dengan adanya penyediaan fasilitas yang baik akan membuat para pengunjung berminat untuk datang ke suatu objek wisata.

Penelitian oleh Hasanah (2018) dengan judul “Pengaruh fasilitas dan promosi terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Coban Talun” mengatakan bahwa fasilitas dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Mardiyani dan Murwatiningsih (2015) dengan judul “Pengaruh fasilitas dan promosi terhadap kepuasan pengunjung melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata Kota Semarang” menyatakan bahwa fasilitas dan promosi berpengaruh langsung terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kota Semarang, keputusan berkunjung mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan, fasilitas dan promosi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening.

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Pohon Habitat yang berada di Desa Pamah, Semelir Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Objek wisata ini berdiri sejak 2016 yang pada saat itu hanya dikunjungi oleh wisatawan asing dan pada tahun 2017 terbuka untuk wisatawan domestik. Objek wisata ini memberikan suasana yang menarik dan kekinian, seperti tempat untuk berkemah dan juga disediakan tempat untuk *photospot* yang sedang tren di media sosial yang biasa dikenal dengan *instagenic*. Permasalahan yang terjadi pada objek wisata ini adalah masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang adanya Rumah Pohon Habitat sebagai objek wisata yang menarik, yang terlihat dari sedikitnya jumlah pengunjung yang datang ke tempat tersebut. Kurangnya aktifitas promosi yang dilakukan baik dengan menggunakan alat promosi seperti poster, brosur dan *flyer* di lokasi maupun aktifitas promosi lainnya menjadi salah satu faktor dalam pemilihan tempat untuk berwisata. Selain itu terlihat pula fasilitas yang masih kurang baik, seperti kamar mandi yang terlihat kurang terawat dan juga tempat parkir yang terlihat kurang tertata rapi. Tidak hanya itu, daftar menu yang tersedia di kafe juga belum memenuhi keinginan para pengunjung yang datang yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung bagi para wisatawan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Pohon Habitat yang dilaksanakan pada bulan Mei 2019 hingga bulan Juni 2019

2.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Sumber data yang digunakan yaitu:

1. Data Internal, yaitu data yang bersumber dari dalam organisasi atau didapat dari tempat penelitian dengan cara membagikan dan mengumpulkan kembali kuesioner kepada pengunjung Rumah Pohon Habitat. Yang mana data tersebut merupakan data mentah dan harus diolah sebelum dituliskan ke dalam skripsi.
2. Data eksternal, yaitu data yang bersumber dari luar organisasi seperti internet dan perpustakaan.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi dokumentasi, kuesioner dan observasi yang dilakukan di Rumah Pohon Habitat.

2.4 Populasi dan Sampel

Populasi yang diambil dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 400 pengunjung yang terhitung selama 1 bulan. Teknik sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, dimana sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik slovin dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

dengan jumlah populasi 400 orang dan perkiraan tingkat kesalahan 5% maka dapat jumlah sampel sebanyak 200 orang.

2.5 Definisi Operasional

Variabel-variabel dalam penelitian ini dapat teridentifikasi sebagai berikut:

1. Variabel bebas (variabel independen) ialah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, yang terdiri dari promosi (X_1) dan fasilitas (X_2);
2. Variabel terikat (variabel dependen) ialah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, yakni keputusan wisatawan berkunjung (Y).

2.6 Metode Analisa Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kuantitatif, sedangkan model analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan model persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (2)$$

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi dan fasilitas terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada Rumah Pohon Habitat. Berikut ini tabel hasil pengujian regresi linear berganda pada masing-masing variabel yaitu:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a		T	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,936	2,382	6,690	,000
	Promosi_X1	,198	,067	,206	,004
	Fasilitas_X2	,437	,065	,468	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Wisatawan_Berkunjung_Y

Berdasarkan hasil pengujian di atas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 15,936 + 0,198X_1 + 0,437X_2$$

Pada model regresi linear berganda diperoleh nilai konstanta kinerja sebesar 15,936 artinya jika nilai variabel bebas (X_1 dan X_2) nilainya 0, maka variabel terikat (Y) nilainya sebesar 15,936. Koefisien regresi masing-masing variabel bebas bernilai positif, artinya keputusan wisatawan berkunjung pada Rumah Pohon Habitat dapat dipengaruhi

oleh promosi dan fasilitas.

3.2 Pengujian Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

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

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

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,614 ^a	,376	,370	4,406

a. Predictors: (Constant), Fasilitas_X2, Promosi_X1
b. Dependent Variable: Keputusan_Wisatawan_Berkunjung_Y

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,376 atau 37,6% menunjukkan bahwa variabel promosi dan fasilitas mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada keputusan wisatawan berkunjung pada Rumah Pohon Habitat, sedangkan sisanya 62,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji Simultan (uji F)

Uji simultan (uji F), uji ini dilakukan untuk melihat pengaruh promosi dan fasilitas secara simultan terhadap keputusan wisatawan berkunjung, 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_3 ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak berpengaruh;
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_3 ditolak, artinya secara simultan penelitian ini berpengaruh;

Tabel 3. Hasil Uji Simultan (uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2308,987	2	1154,493	59,477	,000 ^b
	Residual	3823,888	197	19,411		
	Total	6132,875	199			

a. Dependent Variable: Keputusan_Wisatawan_Berkunjung_Y
b. Predictors: (Constant), Fasilitas_X2, Promosi_X1

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} yaitu 59,477 > dari nilai F_{tabel} yaitu 3,04 dan nilai signifikan 0,000 < dari nilai alpha 0,05. Maka keputusan wisatawan berkunjung diambil H_0 ditolak H_3 diterima. Dengan diterimanya H_3 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 keputusan wisatawan berkunjung pada Rumah Pohon Habitat.

c. Uji Parsial (uji t)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk melihat pengaruh promosi dan fasilitas terhadap keputusan wisatawan berkunjung, dengan kriteria:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 dan H_2 ditolak, artinya secara parsial promosi dan fasilitas tidak berpengaruh;
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 dan H_2 diterima, artinya secara parsial promosi dan fasilitas berpengaruh;

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	15,936	2,382		,000
	Promosi_X1	,198	,067	,206	,004
	Fasilitas_X2	,437	,065	,468	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Wisatawan_Berkunjung_Y

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel promosi $2,944 > t_{tabel}$ $1,972$ dan nilai signifikan $0,004 <$ dari nilai α $0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian secara parsial variabel promosi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel fasilitas $6,695 > t_{tabel}$ $1,972$ dan nilai signifikan $0,000 <$ dari nilai α $0,05$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, dengan demikian secara parsial variabel fasilitas berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung.

3.3 Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel promosi dan fasilitas mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada keputusan wisatawan berkunjung pada Rumah Pohon Habitat. Ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,376 atau 37,6%, sedangkan sisanya 62,4% dijelaskan oleh variabel yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel promosi dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada Rumah Pohon Habitat, dibuktikan dengan nilai F_{hitung} yaitu $59,477 >$ dari nilai F_{tabel} yaitu $3,04$ dan nilai signifikan $0,000 <$ dari nilai α $0,05$. Hasil Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanah (2018) dengan judul “Pengaruh fasilitas dan promosi terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Coban Talun, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa fasilitas dan promosi secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Selain itu, hasil-hasil penelitian juga searah dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mardiyani dan Murwatiningih (2015) dengan judul “Pengaruh fasilitas dan promosi terhadap kepuasan pengunjung melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata Kota Semarang” menyatakan bahwa fasilitas dan promosi berpengaruh langsung terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kota Semarang, keputusan berkunjung mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan, fasilitas dan promosi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening.

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa pelatihan secara parsial kedua variabel bebas masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Pratama (2017) dengan judul “Pengaruh promosi dan fasilitas terhadap minat berkunjung pada objek wisata Curug Orok di Kabupaten Garut” menyatakan bahwa secara parsial promosi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung pada objek wisata Curug Orok di Kabupaten Garut. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Simatupang (2017) dengan judul “Pengaruh promosi dan fasilitas terhadap jumlah pengunjung pada museum daerah Kabupaten Deli Serdang”, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh pada jumlah pengunjung dan variabel fasilitas berpengaruh pada jumlah pengunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2019) dengan judul “Pengaruh fasilitas fisik dan promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan di Museum Negeri Medan” menyatakan bahwa secara parsial promosi berpengaruh dan signifikan terhadap tingkat kunjungan wisatawan.

4. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan koefisien determinasi (R^2) yang menggambarkan seberapa besar variasi dalam keputusan wisatawan dapat dijelaskan oleh variabel promosi dan fasilitas yang diteliti. Hasil menunjukkan bahwa sekitar 37,6% variasi dalam keputusan berkunjung oleh wisatawan dapat dijelaskan oleh variabel tersebut. Namun, perlu dicatat bahwa terdapat 62,4% variasi lain dalam keputusan berkunjung yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel promosi dan fasilitas yang diteliti. Hal ini menunjukkan adanya faktor-faktor lain yang juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Rumah Pohon Habitat, namun tidak termasuk dalam lingkup penelitian ini. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain, seperti harga tiket, lokasi, kualitas pelayanan, dan preferensi individu wisatawan, dalam pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keputusan wisatawan.

REFERENCES

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran* (1st ed.). Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Adiwiyoto, I. P. (2017). *Pengaruh lokasi, promosi, ketersediaan sarana prasarana dan ketersediaan sarana transportasi terhadap kepuasan wisatawan di Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. (T. Admojo, Ed.) (1st ed.). Jakarta: PT. Buku Seru. Retrieved from www.bukuderu.com
- Hasanah, F. K. (2018). *Pengaruh fasilitas dan promosi terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Coban Talun*. *Journal of Management and Business*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Mardiyani, 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.
- Nasution, A. F. (2019). *Pengaruh fasilitas fisik dan promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan di Museum Negeri Medan*. Stim Sukma Medan.
- Pratama, R. (2017). *Pengaruh promosi dan fasilitas terhadap minat berkunjung pada objek wisata Curug Orok Di Kabupaten Garut*.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Maya, Ed.) (1st ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis* (1st ed.). Bogor: In Media.
- Simatupang, R., Mubarak, H., & M. Abbas. (2017). Pengaruh promosi dan fasilitas terhadap jumlah pengunjung pada museum daerah Kabupaten Deli Serdang. *Journal of Management*, 1(1), 1–11.
- Suwantoro, G. (2018). *Dasar-Dasar Pariwisata*. (G. Suwanto, Ed.) (2nd ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. (Andang, Ed.) (4th ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*. (A. Diana, Ed.) (1st ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. (Giovanny, Ed.) (1st ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Utama, G. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. (A. A. C, Ed.) (1st ed.). Yogyakarta: Andi Offset.