

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN CITRA WISATA
TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK MENGUNJUNGI
TEMPAT WISATA DI KOTA PACITAN**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

Oleh:

PRAMESTIA DHAMAYANTI

B 100 170 078

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN CITRA WISATA TERHADAP
KEPUTUSAN UNTUK MENGUNJUNGI TEMPAT WISATA DI KOTA
PACITAN**

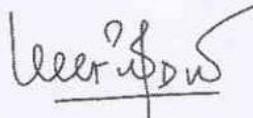
PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

PRAMESTIA DHAMAYANTI
B100170078

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Dra. Wuryaningsih DL, M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN CITRA WISATA TERHADAP
KEPUTUSAN UNTUK MENGUNJUNGI TEMPAT WISATA DI KOTA
PACITAN**

**OLEH
PRAMESTIA DHAMAYANTI
B100170078**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin 14 Juni 2021
dan dinyatakan telah memenuhi syarat.**

Dewan Penguji:

1. Dr. Jati Waskito, S.E., M.Si.

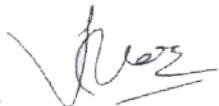
(Ketua Dewan Penguji)

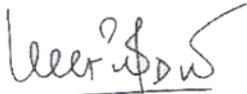
2. Dra. Wuryaningsih DL, M.M.

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Aflit Nuryulia Praswati, S.E., M.M.

(Anggota II Dewan Penguji)


(.....)


(.....)


(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

*NIP 19570217 1986 031 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepengetahuan saya, di dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau di terbitkan orang lain, kecuali secara tertulis dijadikan sebagai acuan dalam naskah dan disebutkan pada daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Surakarta, 14 Juni 2021

Penulis



PRAMESTIA DHAMAYANTI

B 100 170 078

PENGARUH LOKASI, PROMOSI, DAN CITRA WISATA TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK MENGUNJUNGI TEMPAT WISATA DI KOTA PACITAN

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, promosi, dan citra wisata terhadap keputusan untuk mengunjungi tempat wisata di Kota Pacitan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 wisatawan yang mengunjungi tempat wisata di Kota Pacitan dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi, promosi dan citra wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk mengunjungi tempat wisata di Kota Pacitan.

Kata Kunci: lokasi, promosi, citra wisata, keputusan mengunjungi.

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of location, promotion, and tourism image on the decision to visit tourist attractions in Pacitan City. This research was conducted using quantitative research methods. The data used in this study is primary data obtained through questionnaires filled out by respondents. The sample in this study was 100 tourists who visited tourist attractions in Pacitan City with purposive sampling technique. The results showed that the variables of location, promotion and tourism image had a significant effect on the decision to visit tourist attractions in Pacitan City.

Keywords: location, promotion, tourism image, visit decision.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian nasional. Sektor pariwisata yang menjadi pendorong utama perekonomian dunia abad ke-21, dan menjadi salah satu industri utama dunia. Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan seseorang dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan tujuan untuk liburan atau rekreasi. Objek wisata di Indonesia sangat beragam, baik wisata budaya, alam, buatan dan lain sebagainya (Lebu et al., 2019)

Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas tersendiri dan memiliki keunikan ragam budaya yang dapat menjadi daya tarik wisata sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi daerah tersebut (Fadiryana & Chan,

2020). Karakteristik wisata di Kota Pacitan cukup berbeda dari tempat wisata yang lainnya. Kota Pacitan kini telah berkembang, mengingat Kota Pacitan memiliki potensi wisata pantai, goa, sumber air panas, dan persawahan berupa terasering yang melimpah. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat wisatawan mancanegara lokal untuk datang ke Kota Pacitan adalah melalui peningkatan promosi melalui media sosial agar potensi wisata di Kota Pacitan dapat diketahui khalayak luas.

Menurut Lupiyoadi (2013) lokasi berkaitan dengan cara penyampaian produk kepada konsumen dan letak lokasi yang strategis. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, artinya semakin mudah lokasi dijangkau maka keputusan berkunjung akan semakin meningkat.

Menurut Alma (2010) menyatakan promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon wisatawan mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon wisatawan.

Faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan mengunjungi tempat wisata selain lokasi, dan promosi yaitu citra wisata. Citra menurut Barnest (2003) adalah sebuah pengalaman aktif, menciptakan nilai yang sangat besar bagi pelanggan. Citra yang diibaratkan setelah mengunjungi tempat wisata akan mempengaruhi pula kepuasan pengunjung dan keinginan untuk melakukan kunjungan ulang di kemudian hari, tergantung kemampuan pengelola untuk menjaga dan meningkatkan tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan dan citra yang telah terjaga di benak wisatawan Menurut Rajesh (dalam Hidayatullah et al., 2020).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Pengambilan sampel menggunakan rumus lemeshow karena jumlah populasi yang tidak diketahui, Sehingga didapatkan hasil sampel 96,04. Dari hasil tersebut dibulatkan dan menjadi 100. Dengan demikian penelitian ini jumlah sampelnya adalah 100 responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan metode *non probability sampling*, jadi semua anggota populasi tidak memperoleh peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel. Dan teknik yang digunakan yaitu dengan teknik *purposive sampling*.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Perhitungan variabel-variabelnya menggunakan software SPSS 21.00 for windows. Data yang terkumpul akan di analisis dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji hipotesis meliputi analisis regresi linier berganda, uji signifikan parsial (Uji t) dan uji simultan (Uji F).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengatur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Pengambilan keputusan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir atau variabel yang diteliti adalah valid.

Tabel 1. Rangkuman validitas instrumen Lokasi (X_1)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
L 1	0,899	0,197	Valid
L 2	0,861	0,197	Valid
L 3	0,910	0,197	Valid
L 4	0,869	0,197	Valid
L 5	0,517	0,197	Valid

Sumber: Data primer, 2021

Tabel 2. Rangkuman Validitas Instrumen Promosi (X_2)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P 1	0,838	0,197	Valid
P 2	0,870	0,197	Valid
P 3	0,831	0,197	Valid

Sumber: Data primer, 2021

Tabel 3. Rangkuman Validitas Instrumen Citra wisata (X₃)

No Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
CW 1	0,885	0,197	Valid
CW 2	0,878	0,197	Valid
CW 3	0,775	0,197	Valid

Sumber: Data primer, 2021

Tabel 4. Rangkuman Validitas Instrumen Keputusan untuk mengunjungi (Y)

No Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
KM 1	0,769	0,197	Valid
KM 2	0,826	0,197	Valid
KM 3	0,728	0,197	Valid
KM 4	0,656	0,197	Valid

Sumber: Data primer, 2021

3.2 Uji Reliabilitas

Pengambilan keputusan reliabilitas suatu variabel ditentukan dengan asumsi apabila nilai cronbach alpha > 0,6 maka butir atau variabel yang diteliti adalah reliabel.

Tabel 5. Hasil Reliabilitas

Variabel	r _{alpha}	r _{tabel}	Keterangan
Lokasi	0,877	0,60	Reliabel
Promosi	0,795	0,60	Reliabel
Citra wisata	0,803	0,60	Reliabel
Keputusan untuk mengunjungi	0,730	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer, 2021

3.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang digunakan berasal dari populasi yang normal.

Tabel 6. Hasil Pengujian Normalitas

Variabel	Sig (2-tailed)	p-value	Keterangan
<i>Undstandardized residual</i>	0,362	P > 0,05	Normal

Sumber: Data primer, 2021

Dari hasil perhitungan uji Kolmogorov-Smirnov dapat diketahui bahwa *p-value* dari *Undstandardized residual* lebih besar dari α (0,05), sehingga keseluruhan data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal. Uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain dalam model terdapat hubungan yang sempurna atau tidak.

Tabel 7. Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	A	Keterangan
Lokasi	0,581	1,720	10	Bebas multikolinieritas
Promosi	0,704	1,420	10	Bebas multikolinieritas
Citra wisata	0,892	1,445	10	Bebas multikolinieritas

Sumber : Data primer, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa $VIF < 10$, sehingga bebas multikolinieritas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	taraf signifikansi	Sig.	Kesimpulan
Lokasi	0,05	0,121	Bebas Heteroskedastisitas
Promosi	0,05	0,559	Bebas Heteroskedastisitas
Citra wisata	0,05	0,831	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah SPSS Versi 21.00

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa Nilai probabilitas $> 0,05$ berarti bebas dari heteroskedastisitas.

3.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis terdiri dari regresi linier berganda, uji signifikan parsial (Uji t), uji simultan (Uji F) dan uji koefisien determinasi (R^2). Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Tabel 9. Rekapitulasi Regresi Linier Berganda

Variabel	B	t _{hitung}	Sig.	t _{tabel}	Keterangan
(Constant)	5,271				
Lokasi	0,250	4,521	0,000	1,985	H ₁ Diterima
Promosi	0,329	3,902	0,003	1,985	H ₂ Diterima
Citra wisata	0,270	2,918	0,004	1,985	H ₃ Diterima
R ² = 0,582					
F _{hitung} = 44,517 Sig = 0,000					
F _{tabel} = 2,699					

Sumber : Data primer, 2021

Hasil perhitungan program komputer SPSS versi 21.00 diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 5,271 + 0,250 X_1 + 0,329 X_2 + 0,270 X_3 \quad (1)$$

Penjelasan persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut: Konstanta (α) sebesar 5,271 menyatakan bahwa jika variabel Lokasi (X_1), variabel Promosi (X_2), dan variabel Citra wisata (X_3) dianggap nol maka Keputusan untuk mengunjungi Tempat wisata di Kota Pacitan akan meningkat sebesar 5,271 . Koefisien regresi Lokasi (X_1) sebesar 0,250 yang berarti apabila Promosi (X_2), dan Citra wisata (X_3) nol, maka dengan adanya peningkatan Lokasi akan mengakibatkan Keputusan untuk mengunjungi Tempat Wisata di Kota Pacitan meningkat sebesar 0,250.

Koefisien regresi Promosi (X_2) sebesar 0,329 yang berarti apabila Lokasi (X_1), dan Citra wisata (X_3) nol, maka dengan adanya peningkatan Promosi akan mengakibatkan Keputusan untuk mengunjungi Tempat Wisata di Kota Pacitan meningkat sebesar 0,329. Koefisien regresi Citra wisata (X_3) sebesar 0,270 yang berarti apabila Lokasi (X_1), dan Promosi (X_2) nol, maka dengan adanya peningkatan Citra Wisata akan mengakibatkan Keputusan untuk mengunjungi Tempat Wisata di Kota Pacitan meningkat sebesar 0,270.

Uji parsial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel (Y) secara parsial. Berdasarkan table di atas, hasil dari uji hipotesis (uji t) dapat dijelaskan sebagai berikut: Variabel Lokasi (X_1) diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 4,521 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak

sehingga ada pengaruh yang signifikan Lokasi terhadap Keputusan untuk mengunjungi. Variabel Promosi (X_2) diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 3,902 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Promosi terhadap Keputusan untuk mengunjungi. Variabel Citra Wisata (X_3) diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 2,918 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Citra wisata terhadap Keputusan untuk mengunjungi.

Uji F digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara variabel dependen terhadap variabel independen. Dari hasil perhitungan tabel di atas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 44,517 angka tersebut berarti F_{hitung} lebih besar daripada $F_{tabel} 2,699$ sehingga ketiga variabel independen (Lokasi, Promosi, Citra Wisata) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan untuk mengunjungi Tempat wisata di Kota Pacitan.

Koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,582, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model (Lokasi, Promosi, dan Citra Wisata) menjelaskan variasi Keputusan untuk mengunjungi di Tempat Wisata di Kota Pacitan sebesar 58,2% dan 51,8% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model.

3.5 Pembahasan

Variabel Lokasi berpengaruh positif terhadap Keputusan untuk mengunjungi, dibuktikan dengan perhitungan diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 4,521 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 . Nilai positif pada koefisien regresi variabel lokasi menunjukkan bahwa semakin baik nilai citra wisata maka akan mempengaruhi Keputusan mengunjungi akan semakin meningkat.

Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan untuk mengunjungi Tempat Wisata di Kota Pacitan, dibuktikan dari perhitungan diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 3,902 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak. Nilai positif pada koefisien regresi variabel Promosi menunjukkan bahwa semakin baik nilai citra wisata maka akan mempengaruhi Keputusan mengunjungi akan semakin meningkat.

Variabel Citra Wisata berpengaruh positif terhadap Keputusan untuk mengunjungi, dibuktikan perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 2,918 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak. Nilai positif pada koefisien regresi variabel citra wisata menunjukkan bahwa semakin baik nilai citra wisata maka akan mempengaruhi Keputusan mengunjungi akan semakin meningkat.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Variabel Lokasi, Promosi, dan Citra Wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan untuk mengunjungi Tempat Wisata di Kota Pacitan. Nilai koefisien determinasi (R^2) diketahui sebesar 58,2% artinya variabel-variabel independen dalam penelitian ini (Lokasi, Promosi, dan Citra Wisata) dapat menjelaskan variabel dependen dengan cukup tepat dan akurat.

4.2 Saran

Diharapkan sebagai referensi bagi peneliti yang akan datang, sehingga akan menyempurnakan kekurangan atau kelemahan dalam hasil penelitian yang berhubungan dengan keputusan untuk mengunjungi dengan menambah-menambah variabel-variabel untuk melengkapinya, misalnya pendidikan, etika pegawai dan lain-lai. Selanjutnya diharapkan menambah objek penelitian dan menambah sampel untuk membuktikan kembali objek penelitian dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadiryana, N. A., & Chan, S. (2020). Pengaruh Destination Image Dan Tourist Experience Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Pada Destinasi Wisata Halal Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 10(2), 1–23.
- Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Patalo, R. G., & Rachmawati, I. K. (2020). Citra Destinasi : Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan yang Berkunjung ke Gunung Bromo. *Jurnal Manajemen Dan*

Kewirausahaan, 8(1). <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.4246>

Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow Effect of Location , Perception of Prices and Tourism Attraction on the Decision To Visit Travelers At Lake Linow. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5505–5513.