

Home > Vol 7, No 4 (2022) > Yuliana

Pengaruh daya tarik wisata, lokasi dan harga serta fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan Mia Yuliana, Ariesta Heksarini

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui Pengaruh Daya Tarik Wisata, Lokasi Dan Harga Serta Fasilitas secara parsial dan simultan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Rumah Ulin Arya Kota Samarinda. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non probability sampling, dengan menggunakan teknik Accidental sampling. Sampel yang digunakan adalah Responden wisatawan yang sedang berkunjung dan sudah pernah berkunjung pada Rumah Ulin Arya Kota Samarinda. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Metode analisis data yang digunakan untuk mendukung perhitungan dalam penelitian ini yaitu menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda yang diolah menggunakan program SPSS Statistic versi 23. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Daya Tarik Wisata secara parsial dan simultan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Rumah Ulin Arya Kota Samarinda. Sedangkan variabel Lokasi, Harga dan Fasilitas secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Rumah Ulin Arya Kota Samarinda.

Keywords

Daya tarik wisata; lokasi; harga; fasilitas; perilaku konsumen; keputusan berkunjung wisatawan

References

Alma Buchari. 2003. Manajemen Penjualan dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.

Bangun, A. 2015. Pengaruh Suasana Toko, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Di Planet Distro Kota Banjarnegara, Skripsi Universitas Negeri, Yogyakarta.

Basiya, R dan Rozak, H. A. 2012, Kualitas Daya Tarik Wisata , Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah, Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata. 11 (2), Oktober: 1-12.

Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Edisi kelima. BP Undip, Semarang

Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Ketiga, Badan penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Hartono, Jogiyanto. 2013. Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. BPFE Yogyakarta, Edisi Keenam, Yogyakarta

Ismayanti. 2009. Pengantar Pariwisata, Grasindo, Jakarta

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Marketing Management: Molan Benyamin (alih bahasa). Manajemen Pemasaran: Jilid 1, Edisi Ketiga Belas, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Amstrong Gary. 2012. Principles of Marketing. Sabran Bob (alih bahasa). Prinsip-prinsip Manajemen: Jilid 1, Edisi Ketiga Belas, Erlangga, Jakarta.

Lalu, Sumayang. 2003. Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi, Salemba Empat, Jakarta.

Mansur, Irfan. (2013). Pengaruh Penetapan Harga dan Fasilitas Wisata Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Pada Sari Ater Hotel and Resort. Skripsi. Institut Manajemen Telkom, Bandung.

Nasution, Arman Hakim dkk. 2006. Manajemen Pemasaran Untuk Engineering.

Andi Pitana. I. G. & Diarta, I. K. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata, Andi Offset, Yogyakarta.

Schiffman, L, P dan L. L. Kanuk. 2009. Persepsi Kualitas, Consumer Behaviour, Perason Prestice Hall, New Jersey.

Siregar, S.2013. Metode Penelitian Kuantitatif: Prenada Media Group, Jakarta.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian kuantitartif, kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung

Suharto. (2016). Dengan , Hubungannya Destinasi, Citra Sumatera Utara. Kasus, Studi Loka, Gembira. Jurnal Media Wisata.

Sunyoto, Danang, 2009. Analisis Regresi an Uji Hipotesis, Edisi Pertama, Media Pressindo, Yogyakarta.

Suryani, Tatik. 2013. Perilaku Konsumen Di Era Internet, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Sutarno. 2012. Serba-serbi Manajemen Bisnis: Edisi pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Swasta, Basu & Hani Handoko. 2000. Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta

Tazkia, Fanita Osha dan Banatul Hayati, 2012. Analisis Permintaan Objek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kabupaten Wonosobo dengan Pendekatan Travel Cost. Diponegoro Journal Of Economics. Vol. 1. No. 1 (hal. 1-10).

Trista, Nadia L dkk. 2012. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Di Kota Semarang, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, Semarang.

Warpani, Suwardjoko. P. Dan Indira. P.Warpani. 2007. Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah, ITB, Bandung.

DOI: <https://doi.org/10.30872/jimm.v7i4.9997>