

## **PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN PROMOSI TERHADAP**

### **MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN**

**(Desa Wisata Jetis Kecamatan Sambirejo Kabupaten Sragen)**

**Agus Widoyo<sup>1</sup>**

**Triyanto<sup>2</sup>**

**<sup>12</sup>STIE Atma Bhakti**

**Email : triyantomm@gmail.com**

#### ***ABSTRACT***

*This study examines the interest in visiting tourists by paying attention to tourist attraction and promotion variables so that this research is conducted with the aim of examining the effect of tourist attraction and promotion on tourist interest in visiting. This research is a survey research with the subject of tourists visiting Jetis tourism village, Sambirejo district, Sragen regency with a sample of 40 tourists. The sampling technique used the accidental sampling method. The research instrument was tested for validity and reliability beforehand. The analytical tool used is a multiple linear regression test starting with a series of classical assumption tests to ensure that the regression model with unbiased estimates and testing is reliable. The test results show that partially the tourist attraction variable has a positive and significant effect on the interest in visiting tourists, and promotion has a significant positive effect on the interest in visiting tourists.*

*Keywords: Tourist Attraction, Promotion, Tourist Visiting Interest*

#### **PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan salah satu jenis dari industri yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang cepat, menyediakan lapangan kerja, meningkatkan penghasilan dan standar hidup, serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi (Pendit, 1994). Saat ini perkembangan dunia pariwisata sangatlah pesat di mana banyak daerah kabupaten maupun kota berlomba-lomba untuk mengembangkan potensi daerahnya untuk dijadikan desa wisata. Dalam mewujudkan semua itu tidaklah mudah karena harus mampu mengidentifikasi tempat-tempat yang potensial untuk dijadikan tempat yang mempunyai daya tarik terhadap wisatawan. Pada tahun 2014 pemerintah Indonesia telah mencanangkan program pembangunan pariwisata melalui

2000 desa wisata di Indonesia yang tersebar di berbagai provinsi. Provinsi Jawa Tengah khususnya mempunyai beberapa kota yang kaya akan pariwisata, salah satunya adalah kabupaten Sragen.

Di Sragen saat ini terdapat desa wisata yang dinamakan desa wisata Betisrejo. Desa wisata betisrejo berada di pedesaan yang jaraknya kurang lebih 20 km ke arah selatan dari pusat kota Sragen. Secara geografis terletak di perbukitan kaki gunung lawu dan banyak sawah terasering yang mana tempatnya sangat indah dengan udara yang sejuk. Desa wisata ini merupakan gabungan dari 3 wilayah kelurahan yaitu desa Jambeyan, Jetis, dan Sukorejo. Ketiga wilayah tersebut dijadikan daerah tujuan wisata dengan berbagai macam keunikan dan potensi pariwisata. Diantaranya; pemandian air hangat, hutan suaka marga satwa, air terjun, danau, industri rumahan dan tempat-tempat sejarah dengan potensi andalannya yaitu pertanian organik. Dari ketiga wilayah tersebut desa wisata Jetis kecamatan Sambirejo kabupaten Sragen lebih mempunyai keragaman daya tarik wisata yang dapat mempengaruhi minat wisatawan berkunjung ke desa wisata Jetis. Keragaman dimaksud antara lain pemandian air panas sendang panguripan ngunut, air terjun grojogan teleng, persawahan organik, suaka marga satwa, kesenian lesung, paket outbond, paket live in di desa wisata Jetis, paket bertani dan lain-lain. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Basiya dan Rozak (2012) menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali pada wisatawan mancanegara. Widagdyo, K. Gilang (2017) hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa potensi daya tarik wisata berkorelasi positif terhadap minat berkunjung dan meningkatkan pangsa pasar wisatawan domestic. Menurut Kanuk (2007) minat berkunjung wisatawan adalah salah satu motivasi seseorang untuk melakukan kegiatan yang disukai yang akan berdampak pada peningkatan pangsa pasar. Ada tiga faktor yang dapat menimbulkan minat seseorang antara lain faktor pendorong dari dalam, faktor motif sosial, dan faktor emosional, lokasi dan fasilitas yang ditawarkan akan membantu meningkatkan minat berkunjung wisatawan. Agar tercipta minat berkunjung ke daerah tujuan wisata, maka diperlukan upaya yang sungguh-sungguh dari penyelenggara dan pengelola pariwisata. Penelitian ini mengambil objek desa wisata Jetis kecamatan

Pengaruh Daya Tarik.....Agus Widoyo, Triyanto Sambirejo kabupaten Sragen dengan mengkaji minat berkunjung wisatawan ditinjau dari pengaruh daya tarik wisata yang disediakan serta kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh pengelola wisata. Perbedaan penelitian ini dari peneliti sebelumnya adalah pada penelitian ini menggunakan dua variable independen yaitu daya tarik wisata dan kegiatan promosi dan variable dependen minat berkunjung wisatawan.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Kekayaan alam serta keanekaragaman budaya yang dimiliki suatu daerah merupakan potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi objek wisata yang dapat menarik wisatawan. Apalagi setelah pemerintah pusat secara serius ingin menjadikan pariwisata sebagai sector yang diharapkan menyumbangkan devisa yang besar bagi Negara. Maka sector pariwisata di daerah kemudian dikelola dan dikembangkan oleh pemerintah daerah yang kaya akan potensi objek wisata sehingga menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan baik dari manca negara maupun nusantara. Hasil penelitian Baisya dan Rozak (2012), Damayanti M., dan Ferdinand A. T, (2015), Widagdyo dan K. Gilang (2017), Putra et al (2015), Syadat, Epi (2005), memberi kesimpulan yang serupa bahwa daya tarik wisata merupakan salah satu factor yang menyebabkan minat berkunjung dan juga kunnjungan ulang bagi wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis pertama penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Diduga ada pengaruh yang signifikan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan ke desa wisata Jetis, Kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen.

Daya tarik wisata akan dapat diketahui oleh calon wisatawan apabila pengelola pariwisata melakukan kegiatan promosi tentang daerah wisatanya. Kismono (2001) menyatakan bahwa promosi juga memiliki lima tujuan antara lain; memberikan informasi, meningkatkan penjualan, menstabilkan produk, memposisikan produk, dan membentuk citra produk. Sedangkan aspek-aspek dari promosi adalah iklan, personal selling, promosi dari mulut ke mulut, public

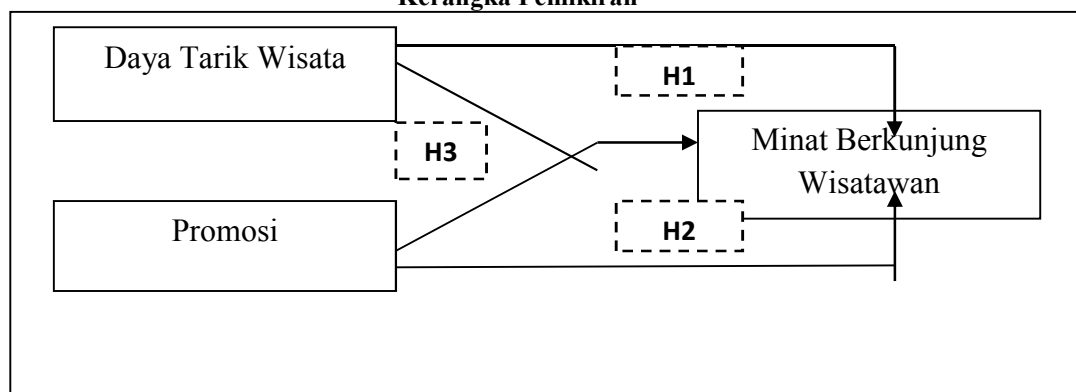
Pengaruh Daya Tarik.....Agus Widoyo, Triyanto relations, publisitas, dan promosi penjualan. Hasil penelitian (Sari, Y.A. Mustika, 2009), S.Q.W. Lapien et al (2015), Areks, E . et al (2015). Memberikan kesimpulan bahwa kegiatan promosi termasuk di dalamnya advertising, dapat mengenalkan objek wisata dan meningkatkan wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis kedua penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Diduga ada pengaruh yang signifikan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke desa wisata Jetis, Kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen.

S.Q.W. Lapien et al (2015) dalam penelitiannya memberikan kesimpulan bahwa iklan yang baik dan daya tarik wisata yang kuat mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah wisata. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis ketiga penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Diduga ada pengaruh yang signifikan daya tarik wisata dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke desa wisata Jetis, Kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen.

**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**



## METODE PENELITIAN

Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi obyek penelitian atau populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian (Riduwan & Akdon, 2009). Populasi penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Jetis, Kecamatan Sambirejo,

Pengaruh Daya Tarik.....Agus Widoyo, Triyanto  
Kabupaten Sragen. Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti (Riduwan & Akdon, 2009). Kuncoro (2003) mengutip pendapat Gay & Diehl bahwa untuk studi korelasional dibutuhkan minimal 30 sampel untuk menguji ada tidaknya hubungan. Berdasarkan pendapat tersebut maka penelitian ini mengambil sampel sebanyak 40 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, artinya pengambilan sampel dilakukan secara kebetulan di tempat wisata desa Jetis, Kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen.

Data penelitian berupa pendapat para responden yang diperoleh dari jawaban atas pernyataan atau pertanyaan dari kuisisioner. Dengan demikian instrumen penelitian ini adalah berupakuesioner atau daftar pernyataan/pertanyaan yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian. Untuk memberikan skor atas jawaban responden penelitian ini menggunakan skala Likert. Model skala likert (dalam Subana, 2009) adalah bentuk kuisisioner yang mengungkap sikap responden dalam bentuk jawaban (pernyataan) yang berupa Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Cukup Setuju (CS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Setiap jawaban atas pernyataan memiliki skor yaitu Sangat Setuju (skor 5), Setuju (skor 4), Cukup Setuju (skor 3), Tidak Setuju (skor 2), dan Sangat Tidak Setuju (skor 1).

### **Definisi Operasionalisasi Variabel**

Definisi operasional variable-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata; daya tarik wisata adalah destinasi wisata yang ditawarkan, dicari, dan dibeli konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Tjiptono, 2008). Mengutip dari Witt (1984), indicator daya tarik wisata adalah : a) daya tarik wisata alam, b) daya tarik wisata bangunan, c) daya tarik peninggalan sejarah, d) daya tarik kebudayaan.
2. Promosi; promosi adalah cara menginformasikan produk kepada masyarakat untuk mempengaruhi mereka melakukan tindakan dalam mengambil keputusan (Boone dan Kurts, 2002). Indikator promosi terdiri dari; a) memberikan informasi melalui iklan, b) meningkatkan penjualan (personal

Pengaruh Daya Tarik.....Agus Widoyo, Triyanto  
selling), c) Public relations, d) mempromosikan produk dari mulut ke mulut, e)  
promosi penjualan (Kismono, 2001).

3. Minat berkunjung wisatawan; minat berkunjung wisatawan adalah keinginan seseorang untuk berkunjung ke tempat wisata (Simamora, 2002). Indikator minat berkunjung wisatawan terdiri dari : a) sikap orang lain dan b) situasi yang tidak terinspirasi (Kotler dan Keller, 2009).

### **Teknik Analisis Data**

Serangkaian proses untuk menganalisis data penelitian ini adalah dengan melakukan : 1) uji instrument penelitian yang terdiri dari uji validitas (Sugiyono, 2011) dan uji reliabilitas (Ghozali, 2010). 2) uji asumsi klasik yang terdiri dari : uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Anwar, 2011). 3) analisis regresi linear berganda, uji hipotesis terdiri dari uji signifikansi seluruh koefisien regresi simultan (uji F), dan uji signifikansi koefisien regresi secara parsial (uji t) (Anwar, 2011).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Jetis Sambirejo, Sragen yang berjumlah 40 responden. Adapun karakteristik responden terdiri dari; usia responden 57,5% dewasa (23) dan sisanya remaja dan lanjut usia (17). Dari keseluruhan responden yang berjenis kelamin laki-laki 47,5% (19) dan perempuan 52,5% (21). Sedangkan bila dilihat dari pekerjaan responden karyawan 40% (16), pegawai pemerintah 30% (12), sisanya 30% sebagai pelajar dan pensiunan.

### **Deskripsi Jawaban Responden**

Deskripsi jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan/pertanyaan dalam kuesioner dapat dilihat pada Table 1 di bawah.

**Tabel 1**

**Deskripsi Jawaban Responden**

| No | Variabel                   | Jawaban responden (%) |        |       |       |      | Total (%) |
|----|----------------------------|-----------------------|--------|-------|-------|------|-----------|
|    |                            | SS                    | S      | CS    | TS    | STS  |           |
| 1  | Daya tarik wisata          | 59,500                | 29,500 | 8,125 | 0,375 | 0    | 100       |
| 2  | Promosi                    | 55,875                | 34,500 | 9,375 | 0,250 | 0    | 100       |
| 3  | Minat Berkunjung wisatawan | 51,250                | 37,625 | 7,625 | 3,250 | 0,25 | 100       |

Sumber: Hasil olah data

Dari Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa jawaban responden banyak yang memilih sangat setuju dan setuju untuk pengembangan daya tarik wisata dan promosi agar dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan. Berdasarkan hasil jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden didapatkan hasil validitas variabel minat berkunjung sebanyak 16 item pernyataan. Hasil pengujian reliabilitas untuk variable daya tarik wisata, promosi dan minat berkunjung masing-masing dapat dilihat pada table 5 berikut di bawah:

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi ganda digunakan untuk menganalisis nilai pengaruh pengaruh daya tarik wisata dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan. Secara matematis model persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana,

Y = Minat berkunjung wisatawan

b<sub>0</sub> = Konstanta

X<sub>1</sub> = Daya tarik wisata

X<sub>2</sub> = Promosi

b<sub>1</sub>-b<sub>2</sub> = Koefisien regresi variable X

e = error

Dalam menghitung regresi linier berganda, penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS Versi 16 yang mendapatkan hasil sebagaimana pada Table 7. berikut:

**Tabel 2****Hasil perhitungan Regresi Linier Berganda**

| Model             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig.  | Collinearity Statistic |       |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|------------------------|-------|
|                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       | Tolerance              | VIF   |
| Constant          | 4.487                       | 8.830      |                           | .508  | 0.000 |                        |       |
| Daya Tarik Wisata | 1.230                       | .213       | 1.14                      | 1.861 | 0.001 | .583                   | 1.714 |
| Promosi           | 1.508                       | .241       | .809                      | 6.261 | 0.000 | .583                   | 1.714 |

Sumber: Hasil olah data

Berdasarkan tabel 2, maka dapat disusun formula persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,487 + 1,230 X_1 + 1,508 X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan pengaruh variable independen terhadap variable dependen sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 4,487 menunjukkan bahwa jika daya tarik wisata dan promosi dianggap konstan, maka nilai minat berkunjung wisatawan adalah sebesar 4,487 .
- Koefisien regresi daya tarik wisata bernilai positif 1,230 artinya variabel daya tarik wisata mempunyai pengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan. Apabila ada penambahan daya tarik wisata sebesar satu satuan maka akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan sebesar 1,230 satuan, dengan anggapan promosi konstan.
- Koefisien regresi berganda untuk variabel promosi bernilai positif 1,508. Artinya variabel promosi mempunyai pengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan. Apabila terjadi peningkatan promosi sebesar satu satuan maka dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan sebesar 1,508 satuan, dengan asumsi variable daya tarik wisata konstan.

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )****Tabel 3****Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

| Model | R    | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .800 | .640     | .620              | 3.641                      | 1.781         |

Sumber : Hasil olah data



Dari table 8 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0.620, hal ini berarti variable daya tarik wisata dan promosi mampu menjelaskan variasi perubahan minat kunjungan wisatawan sebesar 62% , dan sisanya 38 % dipengaruhi oleh factor lain di luar model.

## Uji Hipotesis

### 1.Uji Signifikansi Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata dan promosi secara bersama-sama/simultan terhadap minat berkunjung wisatawan. Hasil uji F yang dilakukan menggunakan bantuan SPSS versi 16, yaitu seperti pada table 4 berikut:

| Tabel 4<br>Hasil Uji F |            |                |    |             |        |                   |
|------------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| ANOVA <sup>b</sup>     |            |                |    |             |        |                   |
| Model                  |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                      | Regression | 871.221        | 2  | 435.610     | 32.856 | .000 <sup>a</sup> |
|                        | Residual   | 490.554        | 37 | 13.258      |        |                   |
|                        | Total      | 1361.775       | 39 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), Promosi, Daya Tarik Wisata

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Wisatawan

Sumber : Hasil olah data

Berdasarkan tabel 9 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*p-value*) pada kolom signifikansi sebesar 0,000. Dengan taraf signifikansi 0,05, maka disimpulkan *p-value* < 0,05. Sedangkan dari hasil F hitung diatas sebesar 32,856 lebih besar dari F tabel (3,25). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu ada pengaruh antara daya tarik wisata dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan. Atau bisa juga dinyatakan bahwa model regresi linear berganda dapat digunakan sebagai model analisis.

### 2. Uji Signifikansi Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Dalam hal ini pengaruh

Pengaruh Daya Tarik.....Agus Widoyo, Triyanto  
 masing-masing variabel daya tarik wisata dan promosi terhadap minat berkunjung  
 wisatawan. Adapun hasil uji t dapat dilihat pada tabel 5 berikut:

**Tabel 5**  
**Hasil perhitungan Uji t**

| Model             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig.  | Collinearity Statistic |       |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|------------------------|-------|
|                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       | Tolerance              | VIF   |
| Constant          | 4.487                       | 8.830      |                           | .508  | 0.000 |                        |       |
| Daya Tarik Wisata | 1.230                       | .213       | 1.14                      | 1.861 | 0.001 | .583                   | 1.714 |
| Promosi           | 1.508                       | .241       | .809                      | 6.261 | 0.000 | .583                   | 1.714 |

Sumber: Hasil olah data

Dengan hasil uji t seperti pada table 5 di atas maka keputusan menerima atau menolak hipotesis untuk kedua variable independen secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan. Nilai t hitung daya tarik wisata sebesar 1,861 lebih besar dari t tabel sebesar 1,687, atau  $p\text{-value} < 0,05$ . Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga ada pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan.
2. Pengaruh promosi terhadap minat berkunjung wisatawan. Nilai t hitung daya tarik wisata sebesar 6,261 lebih besar dari t tabel sebesar 1,687, atau  $p\text{-value} < 0,05$ . Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga ada pengaruh promosi terhadap minat berkunjung wisatawan.

## PEMBAHASAN

1. Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ke desa wisata Jetis, kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen. Dari analisis yang dilakukan dapat diketahui untuk uji t menyatakan bahwa  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau  $1,861 \geq 1,687$ , atau  $p\text{-value} < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Dari analisis secara keseluruhan memberi makna bahwa, secara statistic daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Ketika pengelola menambah nilai dari daya tarik wisatanya maka akan menyebabkan peningkatan minat berkunjung wisatawan ke desa wisata

- Jetis, kecamatan Sambirejo, kabupaten Sragen. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Baisya dan Rozak (2012), Damayanti M., dan Ferdinand A. T, (2015), Widagdyo dan K. Gilang (2017), Putra et al (2015), Syadat, Epi (2005), yang memberi kesimpulan yang serupa, bahwa daya tarik wisata merupakan salah satu factor yang menyebabkan minat berkunjung dan juga kunnjungan ulang bagi wisatawan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke desa wisata Jetis, kecamatan Sambirejo, kabupaten Sragen adalah diterima/terbukti.
2. Pengaruh promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke desa wisata Jetis, kecamatan Sambirejo, kabupaten Sragen. Dari analisis yang dilakukan dapat diketahui untuk uji t menyatakan bahwa  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau  $6,261 \geq 1,687$ , atau  $p\text{-value} < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti promosi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Dari analisis secara keseluruhan memberi makna bahwa, secara statistic promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Ketika pengelola menambah nilai dari promosinya maka akan menyebabkan peningkatan minat berkunjung wisatawan ke desa wisata Jetis, kecamatan Sambirejo, kabupaten Sragen. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Sari, Y.A. Mustika (2009), S.Q.W. Lapien et al (2015), Areks, E . et al (2015). Memberikan kesimpulan bahwa kegiatan promosi termasuk di dalamnya advertising, dapat mengenalkan objek wisata dan meningkatkan wisatawan untuk berkunjung. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan promosi berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke desa wista jetis, kecamatan sambirejo, kabupaten sragen adalah diterima/terbukti.
  3. Pengaruh daya tarik wisata dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke Desa Wisata Jetis, Kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen. Dari analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa nilai signifikansi ( $p\text{-value}$ ) pada kolom signifikansi sebesar 0,000. Degan taraf signifikansi 0,05, maka disimpulkan  $p\text{-value} < 0,05$ . Sedangkan dari hasil F hitung sebesar 32,856 lebih besar dari F tabel (3,25). Dengan demikian dapat disimpulkan

Pengaruh Daya Tarik.....Agus Widoyo, Triyanto  
bahwa hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu ada pengaruh antara daya tarik wisata dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan. Atau bisa juga dinyatakan bahwa model regresi linear berganda dapat digunakan sebagai model analisis. Dari analisis secara keseluruhan memberi makna bahwa, secara statistic daya tarik wisata dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Ketika pengelola menambah nilai dari daya tarik wisata dan promosinya maka akan menyebabkan peningkatan minat berkunjung wisatawan ke desa wisata Jetis, kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen. Kontribusi daya tarik wisata dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan sebesar 62% adalah signifikan secara statistic dalam mempengaruhi variasi perubahan nilai dari minat berkunjung wisatawan ke desa wisata Jetis, Kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Lopian (2015) yang menyatakan bahwa ada pengaruh *advertising* dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan mengunjungi obyek wisata pantai Firdaus di Kabupaten Minahasa Utara. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan terdapat pengaruh daya tarik wisata dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke desa wisata Jetis, Kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen adalah diterima/terbukti.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa naik turunnya kunjungan wisatawan ke desa wisata Jetis, Kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen dapat dipengaruhi oleh daya tarik wisata yang ada dan kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola desa wisata. Ketika pengelola menambah nilai dari daya tarik wisata dan kegiatan promosi maka akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan ke desa wisata Jetis, Kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen.

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- Albarq, Abbas N. 2014. *Measuring the impact of Online Word of Mouth on Tourists Attitude and Intentions to ViSIT Jordan: An Empirical Studi. International Bussineess Research*: Vol. 7, No.1.
- Areks, E., Nadjib, M., & Cangara, S. 2015. Pengaruh Penggunaan Bauran Promosi terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan pada Objek Wisata Alam di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 4, No.4, Oktober-Desember 2015, 360-373.
- Augusty, Ferdinand, 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Azwar, Saifudin, 2008, *Reliabilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Basiya, R., & Rozak, H.A. 2012. Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan, dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Jurnal Dinamika Kepariwisata*, Vol. 11, No.2, Oktober 2012.Hal. 1-12.
- Boone, Louis E., Kurtz, & David, L. 2002. *Pengantar Bisnis*. Jilid Kesatu. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Jakarta; Erlangga.
- Damayanti, M., & Ferdinand, A. T. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang pada Obyek Wisata Pemandian Air Panas Guci di Kabupaten Tegal. *Diponegoro Journal of Management*. Volume 4. No. 4. 1-15.
- Djali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hardinoto, Kusudianto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: UI Press.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Kanuk,&Schiffman. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kismono. 2001. *Pengantar Bisnis Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Kodhiyat, Ramaini. 1998. *Sejarah dan Perkembangan Pariwisata Indonesia*. Jakarta: Gramedia.

- Pengaruh Daya Tarik.....Agus Widoyo, Triyanto
- Kotler, Philip, 2000, Manajemen Pemasaran. Jilid Pertama. Edisi Milenium. Alih Bahasa : Hendra Teguh, S.E., AK dan Ronny A. Rusli, S.E.,AK. Jakarta : PT Prenhalindo.
- Kotler, & Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke-11. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kuncoro, Mudrajat, 2003, Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, R, & Hamdani, A. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: CV. Alfabeta.
- Riduwan & Akdon, 2009, Rumus dan Data dalam Analisis Statistika, Bandung: Alfabeta.
- Priyatno. 2012. Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS. Yogyakarta: Andi.
- Putra, G. B. S., Kumadji, S., & Hidayat, K. 2015. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi PT. Selecta, Kota Batu, Jawa Timur). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol 26. No. 2. September 2015. 1-8.
- Sari, Y. A. Mustika. 2009. Peran Promosi dan Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Objek nDayu Alam Asri. Tugas Akhir Program Diploma III Usaha Perjalanan Wisata. Surakarta: Fakultas Sastra dan Seni Rupa.
- Sanusi, Anwar, 2011, Metode Penelitian Bisnis, Jakarta: Salemba Empat.
- Setiaji, Bambang, 2004, Panduan Riset Dengan Pendekatan Kuantitatif, Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Simamora, 2002. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Edisi Kesatu. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Spillane, J. James. 1994. Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan. Yogyakarta: Kanisius.
- Surya, M. 2003. Psikologi Pembelajaran dan Pengajaran. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Sudirman. 2003. Ilmu Pendidikan. Bandung: CV. Remadja Karya.
- S.Q.W. Lapien., S. Mandey., Sj. Loindong. 2015. Pengaruh Advertising dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Wisatawan mengunjungi Obyek Wisata

Pengaruh Daya Tarik.....Agus Widoyo, Triyanto  
Pantai Firdaus di Kabupaten Minahasa Utara. Emba, Vol 3, No. 3,  
September, 2015, 1079-1088.

Subana, 2009, Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah, Bandung: CV. Pustaka.

Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Bandung:  
Penerbit Alfabeta.

Swastha, Busu, & Irawan. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta:  
Liberty.

Syahadat, Epi. 2005. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan  
di Taman Nasional Gede Pangrango (TNGP). Skripsi. Cianjur.

Tampubolon. 1991. Mengembangkan Minat dan Kebiasaan Membaca pada Anak.  
Bandung: Angkasa.

Tjiptono, Fandy. 2008. Service Management Mewujudkan Layanan Prima.  
Yogyakarta: Andy Offset.

Umar, Husein. 2009. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT.  
Gramedia.

Wahab, S. 1997. Pemasaran Pariwisata. Cetakan Ketiga. Alih Bahasa: Frans  
Gromang. PT. Pradnya Paramita. Jakarta.

Widagyo, K. Gilang. 2017. Pemasaran, Daya Tarik Ekowisata dan Minat  
Berkunjung Wisatawan, Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol 7, No.2,  
Oktober 2017: 261-276.

Witt, S. F., & Mountinho, L. 1984. Tourism Marketing and Management. Second  
Edition. Prentice Hall International.