

**PENGARUH TEMPAT, PROMOSI DAN BUKTI FISIK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WISATAWAN PADA  
OBJEK WISATA BUKIT SIGUNTANG  
DI KOTA PALEMBANG**



**SKRIPSI**

**Nama : Mia Aresfi  
NIM : 212018039**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2022**

**SKRIPSI**

**PENGARUH TEMPAT, PROMOSI DAN BUKTI FISIK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WISATAWAN PADA  
OBJEK WISATA BUKIT SIGUNTANG  
DI KOTA PALEMBANG**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu  
Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Nama : Mia Aresfi  
NIM : 212018039**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2022**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mia Aresfi  
NIM : 212018039  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Palembang  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul : Pengaruh Tempat, Promosi dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Pada Objek Wisata Bukit Siguntang di Kota Palembang.

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata satu baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagian acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2022



Mia Aresfi

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang**

**TANDA TANGAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**Judul : Pengaruh Tempat, Promosi dan Bukti Fisik Terhadap  
Keputusan Pembelian Wisatawan Pada Objek Wisata  
Bukit Siguntang di Kota Palembang.**

**Nama : Mia Aresfi**  
**NIM : 212018039**  
**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis**  
**Program Studi : Manajemen**  
**Konsentrasi : Pemasaran**

**Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal.....**

**Pembimbing I,**

**Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M**  
**NIDN: 0206016702**

**Pembimbing II,**

**Amidi, S.E., M.Si**  
**NIDN: 0229056502**

**Mengetahui,  
Dekan  
u.b Ketua Program Studi Manajemen**



**Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si**  
**NIDN: 0229057501**

## **Motto dan Persembahan**

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya.”-Ali bin Abi Thalib

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua

Bapak Yono Suparman dan Ibu Surya

2. Saudaraku Merli Irwansyah



## PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Allah Swt, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Tempat, Promosi dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Bukit Siguuntang di Kota Palembang”. Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi strata satu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Yono Suparman dan Ibu Surya, saudara-saudara, keluarga besar dan sahabat seperjuangan.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom Darma Saputra, S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Ibu Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Amidi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah dengan sabar membimbing, mendidik dan memberikan arahan dan masukan yang amat berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammadiyah Palembang. Serta seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu kelancaran administrasi.
7. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk membuat skripsi.
8. Sahabat seperjuangan yang telah banyak membantu serta memberikan subangsi pemikiran, semangat dalam memperlancar penulisan skripsi dan sudah menemani lebih kurang 4 tahun selama perkuliahan.
9. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang Angkatan 2018.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang telah diberikan guna menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca dan berbagai

pihak yang sifatnya konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Palembang, Februari

Mia Aresfi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN</b>	
<b>    HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	8
B. Kerangka Pemikiran.....	26
C. Hipotesis.....	27

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	28
B. Lokasi Penelitian.....	30
C. Operasionalisasi Variabel.....	31
D. Populasi dan Sampel .....	32
E. Data yang Diperlukan .....	34
F. Metode Pengumpulan Data.....	35
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	36

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	45
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	67

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	71
B. Saran.....	72

### **DAFTAR PUSTAKA ..... 73**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Tanggapan Responden Pada Objek Wisata Bukit Siguntang di Kota Palembang .....	4
Tabel III.1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator dan Skala.....	31
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas .....	47
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan Terakhir .....	50
Tabel IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel IV.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung .....	51
Tabel IV.8 Variabel Keputusan Berkunjung.....	52
Tabel IV.9 Variabel Tempat .....	54
Tabel IV.10 Variabel Promosi .....	57
Tabel IV.11 Variabel Bukti Fisik.....	59
Tabel IV.12 Analisis Regresi Linier Berganda .....	62
Tabel IV.13 Hasil Uji F (Simultan).....	64
Tabel IV.14 Hasil Uji t (Parsial) .....	65
Tabel IV.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	9
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	26

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 6 : Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 7 : Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 8 : Tabel Distribusi F
- Lampiran 9 : Tabel Distribusi t
- Lampiran 10 : Tabel Distribusi R
- Lampiran 11 : Surat Keterangan Selesai Riset
- Lampiran 12 : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 13 : *Plagiarism Checker*
- Lampiran 14 : Sertifikat Pelatihan SPSS
- Lampiran 15 : Sertifikat AIK
- Lampiran 16 : Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer
- Lampiran 17 : Sertifikat Aplikasi Komputer dalam Bisnis
- Lampiran 18 : Sertifikat Magang
- Lampiran 19 : Lembar Persetujuan Skripsi
- Lampiran 20 : Jurnal
- Lampiran 19 : Biodata Penulis

## ABSTRAK

**Mia Aresfi / 212018039 / 2022 / Pengaruh Tempat, Promosi dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Pada Objek Wisata Bukit Siguntang di Kota Palembang/Pemasaran.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tempat, promosi, dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian wisatawan pada objek wisata Bukit Siguntang di kota Palembang. Jenis penelitian ini bersifat asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara positif dan signifikan variabel tempat, promosi dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian wisatawan pada objek wisata Bukit Siguntang di kota Palembang

Kata Kunci: Tempat, Promosi, Bukti Fisik, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

**Mia Aresfi / 212018039 / 2022 / *The Influence of Places, Promotions and Physical Evidence on Tourists Purchasing Decisions at the Bukit Siguntang Hill tourist attraction in the city of Palembang/Marketing.***

*The study aimed to determine the effect of place, promotion and phisical evidence on tourist purchasing decisions at the Siguntang Hill tourist attraction in Palembang city. This type of research is associative. Samples used as many as 100 people with sampling techniques using purposive sampling. The data used in this study is primary data. The data collection method used in the study was through questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results show that there is a positive and significant influence on place variables, promotions and physical evidence on the decision to visit tourists at Bukit Siguntang attraction in Palembang city.*

*Keywords: Places, Promotions, Physical Evidence, Buying Decision*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran merupakan keseluruhan dari kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa guna untuk memuaskan kebutuhan pembeli.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen mempelajari tentang proses dan aktivitas saat seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Gerald Zaldman dalam Hadiyati Fitria dan Endang Ahmad Yani, (2018) Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya.

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen atau keputusan pembelian yakni, tempat (*place*), promosi (*promotion*) dan bukti fisik (*physical evidence*). Faktor variabel tempat (*place*) merupakan lokasi penyampaian produk kepada konsumen dengan mempertimbangkan letak yang strategis serta kemudahan dalam menjangkaunya.

Selanjutnya promosi (*promotion*) merupakan variabel yang tak kalah penting untuk mempengaruhi keputusan konsumen dengan tujuan menginformasikan serta membujuk guna mengingatkan konsumen tentang suatu produk .

Kemudian faktor variabel bukti fisik (*physical evidence*) juga merupakan variabel penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen yang bertujuan untuk memberikan persepsi positif konsumen terhadap produk. Untuk menarik minat konsumen, upaya yang dapat dilakukan, yakni dimulai dari memperhatikan variabel tempat (*place*), promosi (*promotion*) dan bukti fisik (*physical evidence*) suatu barang atau jasa dengan lebih efektif. Pemasaran efektif dalam penerapannya bukan hanya bagaimana meningkatkan volume penjualan, tetapi juga mengamati bagaimana tingkah laku konsumen serta memenuhi kebutuhan konsumen melalui usaha mengamati jenis dan tipe produk yang merupakan keinginan konsumen.

Begitu juga dengan salah satu kota di Indonesia, yakni Palembang. Palembang merupakan ibu kota provinsi Sumatera Selatan yang memiliki beragam macam objek wisata sejarah. Salah satu diantaranya adalah Bukit Siguntang, selain objek wisata Bukit Siguntang, terdapat berbagai macam wisata sejarah lainnya seperti museum.

Bukit Siguntang atau biasa juga disebut dengan nama Bukit Seguntang Palembang merupakan tempat wisata sejarah yang dikelilingi oleh panorama alam, lokasinya sendiri terletak 3 KM dari Sungai Musi,

tepatnya di Bukit Lama, Kecamatan Ilir Barat I, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Bukit Siguntang dianggap sebagai potongan Mahameru, yang artinya tempat yang dikeramatkan atau disucikan. Bukit Siguntang menjadi salah satu objek wisata Palembang yang nilai sejarahnya sangat tinggi dan edukatif.

Pada penelitian kali ini, peneliti memilih Bukit Siguntang yang merupakan salah satu objek wisata di Palembang untuk dilakukan riset lebih lanjut. Riset tersebut dilakukan di Kota Palembang. Dari riset yang telah dilakukan pada awal penelitian, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1.1  
Tanggapan Responden Pada Objek Wisata Bukit Siguntang di  
Kota Palembang

No	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
1.	Tempat yang mudah dijangkau	14	16
2.	Tempat objek wisata strategis	13	17
3.	Jalanan sekitar lokasi tidak pernah terkena macet	11	19
4.	Pihak objek wisata sangat gencar melakukan promosi	13	17
5.	Mengetahui objek wisata dari iklan yang ditayangkan	4	26
6.	Promosi yang ditawarkan membuat wisatawan tertarik untuk pembelian	12	18
7.	Desain tempat serta lingkungan wisata yang baik dan terawat	6	24
8.	Kebersihan objek wisata sangat terjaga dengan baik	13	17
9.	Pihak objek wisata sering memberikan <i>souvenir</i> yang menarik	0	30

Sumber: Prariset, 2021

Berdasarkan tabel 1.1, terdapat indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian wisatawan diantaranya adalah tempat (*place*), promosi (*promotion*) dan bukti fisik (*physical evidence*).

Indikator tempat menentukan wisatawan untuk pembelian ke objek wisata Bukit Siguntang, hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner yang diedarkan pada responden bahwa 46,67% responden setuju bahwa lokasi yang mudah dijangkau dan 53,33% responden lainnya menjawab tidak setuju. Lalu indikator lokasi objek wisata strategis menunjukkan bahwa 43,33% responden setuju dan 56,67% responden lainnya menjawab tidak setuju. Kemudian indikator jalanan sekitar lokasi tidak pernah terkena

macet menunjukkan bahwa 36,67% responden setuju dan 63,33% lainnya responden menjawab tidak setuju.

Selanjutnya variabel promosi sepertinya kurang dilakukan oleh pihak Bukit Siguntang, hal ini dibuktikan pada indikator pihak objek wisata sangat gencar melakukan promosi, sebanyak 43,33% responden menjawab setuju dan 56,67% responden lainnya menjawab tidak setuju. Lalu indikator mengetahui objek wisata dari iklan yang ditayangkan menunjukkan bahwa 13,33% responden setuju dan 86,67% responden lainnya menjawab tidak setuju. Kemudian indikator promosi yang ditawarkan membuat wisatawan tertarik untuk pembelian 40% lainnya responden menjawab tidak setuju.

Desain tempat serta lingkungan wisata yang baik dan terawat juga menjadi salah satu hal yang membuat wisatawan memutuskan untuk pembelian. Desain tempat serta lingkungan wisata pada Bukit Siguntang dirasa kurang menarik, hal ini dibuktikan pada jawaban responden bahwa sebanyak 20% responden menjawab setuju dan 80% responden menjawab tidak setuju. Lalu indikator kebersihan objek wisata sangat terjaga dengan baik menunjukkan bahwa 43,33% responden menjawab setuju dan 56,7% responden lainnya menjawab tidak setuju. Kemudian indikator pihak objek wisata sering memberikan *souvenir* yang menarik menunjukkan bahwa tidak ada responden yang menyatakan setuju.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh

Tempat, Promosi dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Pada Objek Wisata Bukit Siguntang di Kota Palembang.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Adakah pengaruh variabel tempat, promosi dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian wisatawan pada objek wisata Bukit Siguntang di kota Palembang?
2. Adakah pengaruh variabel tempat terhadap keputusan pembelian wisatawan pada objek wisata Bukit Siguntang di kota Palembang?
3. Adakah pengaruh variabel promosi terhadap keputusan pembelian wisatawan pada objek wisata Bukit Siguntang di kota Palembang?
4. Adakah pengaruh variabel bukti fisik terhadap keputusan pembelian wisatawan pada objek wisata Bukit Siguntang di kota Palembang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel tempat, promosi dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian wisatawan pada objek wisata Bukit Siguntang di kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel tempat terhadap keputusan pembelian wisatawan pada objek wisata Bukit Siguntang di kota Palembang.

3. Untuk mengetahui pengaruh variabel promosi terhadap keputusan pembelian wisatawan pada objek wisata Bukit Siguntang di kota Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel bukti fisik terhadap keputusan pembelian wisatawan pada objek wisata Bukit Siguntang di kota Palembang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk menambah wawasan dan memperluas ilmu pengetahuan serta sebagai media belajar untuk dapat mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan secara ilmiah.
2. Bagi almamater, sebagai bahan referensi dan sebagai tambahan informasi bagi mahasiswa mengenai pemikiran dan bahan kajian dalam penelitian selanjutnya.
3. Bagi lokasi penelitian, sebagai pemberi gambaran mengenai kondisi Bukit Siguntang serta sebagai masukan bagi pihak pengelola objek wisata untuk menentukan kebijakan-kebijakan lebih lanjut dalam upaya menarik minat pengunjung pada Bukit Siguntang kota Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asiati, Diah Isnaini, dkk (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang : Noer Fikri.
- Diantanti, Asrori. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Objek Wisata Hutan Pinus Loji Lereng Kelud). *Jurnal Translitera*, 10.
- Henry Utarsih, Landa Rezana & Indri Anjani. (2020). Pengaruh Brand Trust Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Produk Sabun Mandi Cair Lifebouy Di Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 19(2).
- Hidayat, R., & Sujud A. (2019). Pengaruh Atmosfer Toko, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Planet Ban Margonda Raya, Depok. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 15(1).
- I. Sulyana, S. Moniharapon., & A,S, Soegoto (2019). Pengaruh Strategi Promosi dan Strategi Pasar Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA*, 7(6)
- Ir.M.Iqbal Hasan, M.M. (2015). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Iffan, Santy., & Radaswara. (2018). Pengaruh Proses dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Santika Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 8(2).
- Irwan. (2019). Pengaruh *Physical Evidence*, *Promotion* dan *Place* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Telaga Kermata Kabupaten Sumenep.
- Kotler dan Keller (2010). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta : Erlangga
- Parapat, Kardinal., & Widagdo. (2017). Pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang.
- Pedoman Penulisan Usulan Penelitian dan Skripsi (2021). Palembang : Lembaga penerbit fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Sari, Suyuthie. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Green House Lezatta Kabupaten Agam. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan*, 20.

- Thamrin dan Francis (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok : Rajawali
- Walukow, A. L. P., & Mananeke, L. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bantenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Wardah, Topowijono., & Endang, NP. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Taman Safari II Prigen Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40.
- Yayan. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Hapi Fashions Branded Cikarang Pusat Bekas