

**PENGARUH PROMOSI DAN FASILITAS WISATA TERHADAP  
KEPUASAN WISATAWAN DI DANAU SHUJI DESA LEMBAK  
KECAMATAN MUARA ENIM**



**Nama : Muhammad Fadhil Abdillah**

**NIM : 212018144**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**TAHUN 2022**

**PENGARUH PROMOSI DAN FASILITAS WISATA TERHADAP  
KEPUASAN WISATAWAN DI DANAU SHUJI DESA LEMBAK  
KECAMATAN MUARA ENIM**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Nama : Muhammad Fadhil Abdillah**

**NIM : 212018144**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2021**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Fadhil Abdillah  
NIM : 212018144  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Fasilitas Wisata Terhadap  
Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak  
Kecamatan Muara Enim

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
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 sebagai 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.



Palembang, 2022

  
Muhammad Fadhil Abdillah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Promosi dan Fasilitas Wisata Terhadap  
Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak  
Kecamatan Muara Enim  
Nama : Muhammad Fadhil Abdillah  
NIM : 212018144  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal, Maret 2022

Pembimbing I,

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

Pembimbing II,

Hj. Zuhriyah, S.E., M.Si  
NIDN: 0018105606

Mengetahui,

Dekan

Kotaka Program Studi Manajemen



Dr. Zahra Trihandayani, S.E., M.Si  
NIDN: 0209057501

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Jangan berlebihan dalam mencintai sehingga menjadi keterikatan. Jangan pula berlebihan dalam membenci sehingga membawa kebinasaan. Bersabarlah karena kesabaran adalah sebuah pilar keimanan” - Umar bin khattab

Ku Persembahkan Skripsi ini

Kepada :

- Untuk orang tua tercinta, yaitu papa saya Maryadi dan mama saya Gustianti
- Saudara ku tercinta, yaitu adikku Muhammad Kamil Khadaffi
- Bapak/Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Palembang
- Teman Seperjuangan
- Almamater Kebanggaanku

## PRAKATA



Puji syukur kehadiran Allah SWT, berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul Pengaruh Promosi dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lebak Kecamatan Muara Enim yang mana skripsi ini diajukan sebagai syarat pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada orang tua tercinta yaitu papa saya Maryadi dan mama saya Gustianti kemudian adik saya yaitu Muhammad Kamil Khadaffi dan juga seluruh keluarga besarku semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan mereka, dan melindungi dimanapun berada, Aamin.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis, 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 Yuda Mahrom DS,SE.M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani,S.E.,M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Ibu Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Hj. Zuhriyah, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar membimbing, mendidik dan memberikan arahan serta masukan yang amat berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Hj. Choiriyah, S.E., M.Si dan Bapak Amidi, S.E., M.Si selaku dosen penelaah seminar proposal yang telah memberikan arahan, masukan dan saran yang sangat berguna sehingga skripsi ini dapat selesai.
6. Ibu Hj. Zuhriyah, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang dengan sabar telah membimbing dan membantu selama perkuliahan.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammadiyah Palembang, beserta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran administrasi.
8. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk membuat penulisan dalam skripsi.
9. Sahabat saya yang ada di Prabumulih.
10. Sahabat seperjuangan saya di kampus yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca serta berbagai

pihak yang sifatnya konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan penulis ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, 2022

Muhammad Fadhil Abdillah

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL LUAR.....	I
HALAMAN JUDUL.....	II
HALAMAN BEBAS PLAGIAT .....	III
HALAMAN PENGESAHAN.....	IV
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	V
HALAMAN PRAKATA.....	VI
HALAMAN DAFTAR ISI.....	IX
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	XI
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	XII
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	XII
ABSTRAK.....	

### **BAB I. PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7

### **BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN**

#### **HIPOTESIS**

A. Kajian Pustaka.....	8
B. Penelitian Sebelumnya.....	15
C. Kerangka Pemikiran.....	18

D. Hipotesis.....	18
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	19
B. Lokasi Penelitian.....	20
C. Operasional Variabel.....	21
D. Populasi dan Sampel.....	22
E. Data yang Diperlukan.....	23
F. Metode Pengumpulan Data.....	24
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	25
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian.....	33
B. Pembahasan dan Hasil.....	56
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	60
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	39
KUESIONER PENELITIAN.....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran.....	18
-------------------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Pra Riset.....	5
Tabel II.1 Persamaan, Perbedaan Penelitian Dengan Penelitian Sebelumnya.....	17
Tabel III.1 Operasional Variabel.....	21
Tabel IV.1 Uji Validitas.....	37
Tabel IV..2 Uji Reliabilitas.....	38
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
Tabel IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel IV.7 Jawaban Responden Variabel Kepuasan Wisatawan.....	46
Tabel IV.8 Jawaban Responden Variabel Promosi.....	50
Tabel IV.9 Jawaban Responden Variabel Fasilitas Wisata.....	51
Tabel IV. 10 Analisis Regresi Berganda.....	52
Tabel IV.11 Uji F.....	53
Tabel IV.12 Uji t.....	54
Tabel IV.13 Uji Koefisien Determasi.....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian.....	72
Lampiran 2 : Kuisisioner penelitian.....	73
Lampiran 3 : Rekapitulasi Jawaban Responden.....	80
Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Wisatawan.....	83
Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi.....	84
Lampiran 6 : Uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas Wisata.....	86
Lampiran 7 : Uji Regresi Linier Berganda.....	88
Lampiran 8 : Frekuensi Jawaban Responden (Y).....	89
Lampiran 9 : Frekuensi Jawaban Responden (X1).....	92
Lampiran 10: Frekuensi Jawaban Responden (X2).....	95
Lampiran 11: Tabel Distribusi F.....	98
Lampiran 12: Tabel Distribusi t.....	99
Lampiran 12: Tabel Distribusi R.....	100

## ABSTRAK

**Muhammad Fadhil Abdillah / 212018144 / 2022/ Pengaruh Promosi dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim.**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah 1) Adakah pengaruh Promosi dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim. 2) Adakah pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim. 3) Adakah pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim. Jenis penelitian ini bersifat asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini melalui kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Dengan tingkat kepercayaan 90% ada pengaruh signifikan antara promosi dan fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim. 2) Dengan tingkat kepercayaan 90% ada pengaruh signifikan dari promosi terhadap kepuasan wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim. 3) Dengan tingkat kepercayaan 90% ada pengaruh signifikan dari fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim.

Kata Kunci : Promosi, Fasilitas Wisata, Kepuasan Wisatawan

## ***ABSTRACT***

**Muhammad Fadhil Abdillah / 212018144 / 2022/ *The Effect of Promotion and Tourism Facilities on Tourist Satisfaction at Shuji Lake, Lembak Village, Muara Enim District.***

*The formulation of the problem in this study is 1) Is there any influence of Promotion and Tourism Facilities on Tourist Satisfaction at Shuji Lake, Lembak Village, Muara Enim District. 2) Is there any effect of Promotion on Tourist Satisfaction at Shuji Lake, Lembak Village, Muara Enim District. 3) Is there any influence of tourist facilities on tourist satisfaction at Shuji Lake, Lembak Village, Muara Enim District. This type of research is associative. The sample used was 100 people with a sampling technique using purposive sampling. The data used in this study through a questionnaire. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that 1) With a 90% confidence level there is a significant influence between promotion and tourist facilities on tourist satisfaction at Shuji Lake, Lembak Village, Muara Enim District. 2) With a 90% confidence level, there is a significant effect of promotion on tourist satisfaction at Shuji Lake, Lembak Village, Muara Enim District. 3) With a 90% confidence level, there is a significant influence of tourist facilities on tourist satisfaction at Shuji Lake, Lembak Village, Muara Enim District.*

*Keywords: Promotion, Tourist Facilities, Tourist Satisfaction*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Pada saat sekarang ini setiap orang di sibukkan dengan pekerjaan dan kegiatannya masing-masing. Dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa dampak yang negatif bagi orang-orang seperti kejenuhan, kebosanan dan mungkin bisa berakibat stres, maka dari itu untuk meminimalisir hal tersebut kebanyakan orang memilih untuk berwisata. Berwisata merupakan kegiatan yang dilakukan dalam rangka menghilangkan stres akibat dari aktifitas dan pekerjaan dengan cara pergi ke tempat yang indah dan nyaman. Oleh karena itu objek wisata harus memiliki beberapa keunggulan yang mampu menciptakan kepuasan bagi wisatawan setelah mengunjungi objek wisata tersebut yaitu dengan memasarkan objek wisata melalui promosi berupa iklan yang berisi tentang informasi terkait dengan objek wisata mereka mulai dari fasilitas wisatanya. Manajemen Pemasaran tidak hanya dilakukan oleh perusahaan saja, namun objek wisata juga harus melakukan Manajemen Pemasaran karena hal ini bisa menarik wisatawan untuk berkunjung.

Manajemen pemasaran merupakan proses untuk menetapkan tujuan-tujuan pemasaran bagi suatu organisasi dengan mempertimbangkan sumber daya internal dan peluang pasar, perencanaan dan pelaksanaan aktivitas untuk memenuhi tujuan-tujuan tersebut dan mengukur kemajuan ke arah pencapaiannya. Menurut Sofjan Assauri (2015) manajemen pemasaran merupakan kegiatan pengalihan,

perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang. Menurut Malayu P. Hasibuan (2016) Manajemen pemasaran merupakan adalah masalah-masalah pokok yang diatur dalam manajemen pemasaran ini lebih dititikberatkan tentang cara penjualan barang, jasa, pendistribusian, promosi dan mengkonsumsinya.

Dari definisi di atas bisa dikatakan bahwa pemasaran adalah kegiatan yang berkaitan dengan menginformasikan produk atau jasa kepada konsumen. Pernyataan ini bukan hanya untuk sebuah perusahaan saja, objek wisata juga harus melakukan pemasaran.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan dari sebuah perusahaan ataupun objek wisata karena dari sana lah perusahaan atau objek wisata bisa menilai sebuah promosi atau fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017: p.196). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang. Kepuasan konsumen mengacu pada kesenangan dan kekecewaan yang ada setelah melakukan perbandingan kinerja hasil yang di pikirkan dari suatu produk dengan kinerja hasil yang diharapkan. (Kotler, 2015).

Kepuasan bisa tercipta karena kenyataan sesuai dengan harapan yang di inginkan atau bahkan lebih dari yang di harapkan. Wisatawan bisa puas jika harapan mereka tentang suatu objek wisata tersebut sesuai dengan kenyataan mereka. Kepuasan wisatawan bisa terjadi karena promosi yang dilakukan pihak Objek wisata tentang fasilitas wisata sesuai dengan kenyataanya.

Setiap objek wisata sangat wajib melakukan sebuah promosi, agar bisa menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata ini. Sebuah objek wisata bisa dikatakan akan gagal ketika tidak melakukan sebuah promosi, karena dengan promosi inilah orang bisa tahu bahwa dilokasi tersebut terdapat sebuah objek wisata. Menurut Sumarwan (2017) promosi adalah bagaimana produsen menyampaikan mengenai produk-produknya, sehingga konsumen mengenal produk dan dapat diyakinkan bahwa produk tersebut dibutuhkan konsumen dan dapat memberikan manfaat untuk dapat memecahkan masalah yang dihadapi konsumen. Menurut Stanton dalam Weenas (2015) menyatakan bahwa promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan produk dan membujuk konsumen untuk membeli.

Promosi merupakan bagian terpenting dalam manajemen pemasaran, karena hal ini berisi tentang informasi mengenai fasilitas apa saja yang ada di suatu objek wisata. Promosi juga menjadi faktor penentu kepuasan dari wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata.

Fasilitas wisata adalah salah satu faktor utama yang harus tersedia di dalam objek wisata, apabila fasilitas wisata yang ditawarkan baik maka konsumen akan merasa puas, sebaliknya apabila fasilitas wisata yang di tawarkan tidak baik maka

konsumen tidak puas. Menurut Sulastiyono dalam Nicklouse (2015:107) Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas atau kegiatannya, sehingga kebutuhan tamu dapat dipenuhi. Menurut Mansur (2013:34) Fasilitas Wisata merupakan sarana penunjang yang dapat menyenangkan yang disertai dengan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam menikmati produk wisata yang ditawarkan.

Jika fasilitas wisata yang di iklankan atau di promosikan sesuai dengan kenyataan maka wisatawan merasa puas karena sesuai harapan mereka. Oleh karena itu pihak objek wisata harus mengiklankan produk atau jasa mereka secara ril tanpa ada penipuan.

Kecamatan Muara Enim memiliki beberapa objek wisata, salah satunya yang terkenal adalah objek wisata Danau Shuji yang terletak di Desa Lembak Kecamatan Muara Enim. Danau Shuji ini memiliki beberapa keunggulan pada Fasilitas Wisata mereka seperti penyewaan perahu yang harganya terjangkau dan bisa digunakan di sekitaran Danau.

Kepuasan wisatawan Danau Shuji tercipta karena apa yang diharapkan oleh mereka sesuai dengan kenyataan lewat iklan yang ada di media sosial mereka. Pihak Danau Shuji juga selalu menjaga Fasilitas mereka terjaga agar konsumen merasnyaman saat menggunakannya dan merasa puas ketika pulang dari Danau Shuji.

Promosi atau iklan di Danau Shuji ini tidak hanya sebatas iklan melalui spanduk, brosur, pamflet dan koran saja melainkan iklan di sosial media dimana

wisatawan secara suka rela mempromosikan objek wisata ini di sosia media mereka masing-masing. Iklan yang sesuai dengan harapan bisa menciptakan kepuasan bagi wisatawan.

Fasilitas wisata yang ada di Danau Shuji juga sangat banyak, mulai dari saung-saung di pinggir danau, perahu, tempat makan dan lainnya. Fasilitas yang nyaman dan lengkap bisa membuat wisatawan merasa puas setelah berkunjung.

Penulis mencoba melakukan survey awal kepada wisatawan yang pernah datang ke Danau Shuji Desa Lembak untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim dan berikut adalah hasil wawancara yang dilakukan kepada 30 responden.

Tabel I.1  
Hasil Pra Riset mengenai Pengaruh Promosi dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim

No.	Indikator	Setuju	Tidak
<b>Kepuasan Wisatawan</b>			
1.	Promosi Produk dan Fasilitas Wisata Sesuai Dengan Yang Diharapkan	20	10
2.	Berminat Untuk Berkunjung Kembali	25	5
<b>Promosi</b>			
1.	Puas Karena Periklanan Yang Dilakukan Pihak Danau Shuji Sesuai Dengan Yang Diharapkan	23	7
2.	Puas Karena Promosi Fasilitas Wisata Yang Dilakukan Oleh Pihak Danau Shuji Sesuai Dengan Yang Diharapkan	20	10
<b>Fasilitas Wisata</b>			
1.	Fasilitas Yang Di Tawarkan Lengkap	25	5
2.	Kondisi dan Fungsi Fasilitas Wisata Baik	15	15

Sumber : Hasil Survei, 2021

Kesesuaian Harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen (wisatawan) dengan apa yang dirasakan oleh konsumen (wisatawan). Dari hasil PraRiset di atas dengan pernyataan “Promosi Produk dan Fasilitas Wisata Sesuai Dengan Yang Diharapkan” bisa dikatakan bahwa wisatawan cenderung setuju terhadap pernyataan tersebut.

Minat Berkunjung Kembali, merupakan ketersediaan konsumen (wisatawan) untuk berkunjung kembali ke tempat tersebut. Dari hasil PraRiset di atas dengan pernyataan “Berminat Untuk Berkunjung Kembali” bisa dikatakan bahwa wisatawan cenderung setuju terhadap pernyataan tersebut.

Periklanan, merupakan segala bentuk presentasi dan promosi gagasan, barang, jasa yang dibayar oleh sponsor yang teridentifikasi. Dari hasil PraRiset di atas dengan pernyataan “Puas Karena Periklanan Harga Fasilitas Wisata Yang Dilakukan Pihak Danau Shuji Sesuai Dengan Yang Diharapkan” dan “Puas Karena Promosi Fasilitas Wisata Yang Dilakukan Oleh Pihak Danau Shuji Sesuai Dengan Yang Diharapkan” bisa dikatakan bahwa wisatawan cenderung setuju terhadap pernyataan tersebut.

Kelengkapan, Kebersihan dan Kerapian Fasilitas Yang Ditawarkan. Berdasarkan hasil PraRiset di atas dengan pernyataan “Fasilitas Yang Ditawarkan Lengkap, Bersih dan Rapi” bisa dikatakan bahwa wisatawan cenderung setuju dengan pernyataan tersebut. Kondisi dan Fungsi Fasilitas Yang Akan Ditawarkan. Berdasarkan hasil PraRiset dengan pernyataan “Kondisi dan Fungsi Fasilitas Wisata Baik” bisa dikatakan bahwa wisatawan cenderung setuju dengan pernyataan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis mengambil penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh Promosi dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim?
2. Adakah pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim?
3. Adakah pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Promosi dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim?
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim?
3. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Danau Shuji Desa Lembak Kecamatan Muara Enim?

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi pihak pengelola obyek wisata

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak pengelola obyek wisata dalam memberikan gambaran-gambaran mengenai kondisi di Danau Shuji Desa Lembak dan dapat memberikan masukan bagi pihak pengelola obyek dalam menentukan kebijakan-kebijakan lebih lanjut dalam upaya menarik wisatawan dan membuat konsumen puas ketika berwisata ke Danau Shuji Desa Lembak.

## 2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk penelitian lebih lanjut dan sebagai referensi ilmu bacaan dan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pariwisata.

## 3. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan Teori dalam manajemen pemasaran yang diperoleh selama masa perkuliahan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Danang Sunyoto (2012), *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS (Center Of Academic Publishing Service)
- Dian Riskarini, Yuli Ardianto, Reffy (2021). *Loyalitas Wisatawan Dampak Kepuasan Wisatawan, Promosi Dan Sadar Wisata Masyarakat Pulau Tidung*. Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen Vol 11 Nomor 1 (2021) Universitas Pancasila
- Helena Sirait (2021), *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan
- Isti Faradisa (2016), *Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesia Coffeshop Semarang (Icos Cafe)*. Jurnal Of Management, Volume 2 No. 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padanaran Semarang
- Lilis Cucu Sumartini, Dini Fajriany Ardinings Tias (2019), *Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja*. Jurnal E-Bis Vol.3 No.2. Akademi Teknologi Bogor
- Rezki Teguh Sulistiyana, Djahmur Hamid, Devi Farah Azizah (2015), *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 25 No. 1 Agustus 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
- Sangadji, E. M. S. (2013) *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Cv Andi
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sri Handayani, Khairiyansyah, Nanang Wahyudi (2019), *Fasilitas, Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol. 20 No. 2, Oktober 2019, 123-133. Prodi Manajemen Universitas Bangka Belitung
- Suryadana, M. L., & Octavia,V. (2015) *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Weenas, Jackson R.S. 2013 *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*, Jurnal EMBA Vol. 1 No.4

Nicklouse, dkk. 2015. *Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder*. Vol.3 No.1