

**PENGARUH TEMPAT, PROMOSI DAN BUKTI FISIK TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE OBJEK WISATA GUA  
PUTRI DI KABUPATEN OGAN KOMERING ULU**



**SKRIPSI**

**NAMA : AGUS NIUS ARIANSYAH**

**NIM : 212019053**

**UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH PALEMBANG FAKULTAS EKONOMI DAN BIS  
NIS  
2023  
PENGARUH TEMPAT, PROMOSI DAN BUKTI FISIK**

**TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE  
OBJEK WISATA GUA PUTRI DI KABUPATEN OGAN  
KOMERING ULU**



**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada Program Strata Satu Fakultas Ekonomi  
Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang**

**NAMA : AGUS NIUS ARIANSYAH**

**NIM : 212019053**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
PALEMBANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2023**

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Sayayangbertandatangandibawahini:

Nama :AGUS NIUS ARIANSYAH  
NIM : 212019053  
Konsentrasi :Pemasaran

Denganinisayamenyatakan:

1. Karyatulisiniadalahhasilidanbelumpernahdiajukanuntukmendapatk  
angelar akademikSarjanaStrata I baikdiUniversitasMuhammadiya  
hPalembang maupundiperguruantinggi lain.
2. Karyatulisiniadalahmurnigagasan,rumusandanpenelitian sayasend  
iritanpabantuanpihak lain kecualiarahanpembimbing.  
Dalamkaryatulisiniterdapat karyaataupendapat  
yangtelahditulisataudipublikasikanoranglelainkecualisecaratertulisdenga  
njelasdicantumkansebagaiacuannaskahdengandisebutkannamapengara  
ngdandicantumkandalamdaftarpustaka.
3. Pernyataaninisayabuatdengansesungguhnyaadanapabiladikemudia  
nhariterdapatpenyimpangandanketidakterbenarandalampernyataani  
ni,  
makasayabersediamenerimasanksiakademikberupapencabutangel  
ar yang  
diperolehkarenakaryainisertasanksilainnyasesuaidengannorma  
yang berlaku diperguruantinggi ini.

Palembang, Desember 2022

AgusNiusAriansyah  
212019053

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : PENGARUH TEMPAT, PROMOSI DAN BUKTI  
FISIK TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG  
WISATAWAN KE OBJEK WISATA GOA PUTRI  
DI KABUPATEN OGAN KOMERING ULU

Nama : Agus Nius Ariansyah

Nim : 212019053

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Program Studi : Manajemen

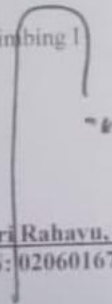
Konsentrasi : Pemasaran


Diterima dan disahkan

Pada tanggal, Juli 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

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

  
Fitantina, S.E., M.M  
NIDN : 0028026301

Mengetahui Dekan  
Program Studi Manajemen

  
  
Dra. Zilcha Trihandayani, S.E., M.Si  
NIDN: 0229057501

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Jangan Takut Jatuh, Karena yang Tidak Pernah Memanjatlah Tidak Pernah Jatuh”

(Buya Hamka)

### SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK:

Bapakku Madriansyah, terima kasih atas didikan dan kerja kerasmu untuk anak-anakmu. Ibuku Sarinah Tania, terima kasih sudah mendidik dengan kasih dan sayang kepada putramu ini. Dan Keluarga besar dari bapak dan ibuku yang telah memberikan do'a dan dukungannya. Sahabatku dan teman-teman yang turut serta mendukung setiap langkah dan prosesku.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## **PRAKATA**

Segala puji bagi Allah SWT , berkat rahmadNYA penulisan skripsi dengan judul “pengaruh tempat, promosi dan bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata gua putri di kabupaten ogan komering ulu”. ini dapat penulis selesaikan sebagaimana waktu yang telah dijadwalkan.

Skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih terutama pada kedua orang tua (Bapak Madriansyah dan Ibu Sarinah Tania) yang selalu memberikan semangat dan bantuannya secara moril maupun materil dan do’a serta motivasinya yang memiliki makna besar dalam proses ini, kakak-kakak saya tercinta yang selalu memberikan semangat. Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Abid Dzajuli,S.E., M.M selaku Rektor Muhammadiyah Palembang
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom,DS.,S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah
3. Ibu Dr.Zaleha Trihandayani,S.E,M.Si dan Bapak Mister Chandra,S.E,M.Si selaku Ketua Program dan Sekreteris Program Studi Manajemen FEB UMP
4. Ibu Dr.Sri Rahayu,S.E,M.M dan Ibu Fitantina, S.E.,M,Si selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah membimbing penulisan skripsi ini.
5. Ibu Fitantina, S.E,M.Si selaku Pembimbing Akademik
6. Ibu Dr.Trisniarty AM., S.E,MM, dan Ibu YunitaFebriani, S.E,M.Si yang telah berkenan memberikan telaah terhadap proposal dalam seminar usulan penelitian

7. Bapak Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini.
8. Seluruh staf perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang atas segala bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
9. Bapak Madriansyah dan Ibu Sarinah Tania selaku kedua orang tua tercinta yang tiada henti mendoakan saya.
10. Teman-teman dan sahabat yang telah hadir menjadi bagian dari perjalanan hidup saya.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk bantuan yang telah diberikan guna menyelesaikan tugas ini. Penulis menyadari, meskipun banyak usaha yang telah penulis lakukan, akan tetapi laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian mudah-mudahan dari laporan penelitian ini tetap ada manfaat yang dapat diperoleh. Aamiin.

Palembang, Agustus 2023.

AgusNiusAriansyah

212019053

## DAFTAR ISI

HalamanSampulLuar

HalamanJudul

Halaman Pernyataan Bebas Plagiat

Halaman Pengesahan

Daftar Isi

<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS</b> .....	8
A. Kajian Pustaka .....	8
B. Penelitian Sebelumnya.....	17
C. Kerangka Penelitian.....	22
D. Hipotesis.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	23
A. Jenis Penelitian .....	23
B. Lokasi Penelitian.....	24
C. Oprasionalisasi Variabel .....	25
D. Populasi Dan Sampel.....	26
E. Data Yang Diperlukan .....	28
F. Metode Pengumpulan Data .....	29
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	36
A. Hasil Penelitian.....	36
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	63
A. Simpulan.....	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN.....	



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Hasil Prariset.....	03
Tabel II. 2 Kerangka Pemikiran.....	21
Tabel III.1 Variabel, Definisi, Indikator, dan Skala.....	25
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabeliti.....	49
Tabel IV.3 Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel (Y).....	52
Tabel IV.4 Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel (X1).....	54
Tabel IV.5 Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel (X2).....	56
Tabel IV.6 Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel (X3).....	58
Tabel IV.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel IV.8 Uji F.....	62
Tabel IV.9 Uji T.....	64
Tabel IV.10 Uji Koefisien Determinasi.....	65

## DAFTAR LAMIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....	78
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 3 Jawaban Responden .....	84
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data SPSS.....	96
Lampiran 5 Tabel F .....	109
Lampiran 6 Tabel t .....	111
Lampiran 7 Foto Copy Surat Riset .....	112
Lampiran 8 Foto Copy Kartu Aktifitas Bimbingan .....	113
Lampiran 9 Plagiarism Checker .....	114
Lampiran 10 Sertifikat AIK .....	115
Lampiran 11 Sertifikat SKPI .....	116
Lampiran 12 Sertifikat SPSS .....	117
Lampiran 13 Sertifikat Komputer .....	118
Lampiran 14 Foto Copy Sertifikat Futsal .....	119
Lampiran 15 Foto Copy Sertifikat Magang .....	120

## ABSTRAK

### **Agus Nius Ariansyah/212019053/Pengaruh Tempat, Promosi Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Gua Putri Di Kabupaten Ogan Komering Ulu/Manajemen Pemasaran.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Apakah ada pengaruh tempat, promosi dan bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu 2) Apakah ada pengaruh tempat terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu 3) Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu 4) Apakah ada pengaruh bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Adapun tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui pengaruh tempat, promosi dan bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu 2) Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu 3) Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu 4) Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Penelitian ini termasuk penelitian Asosiatif. Terdapat empat variabel yang digunakan yaitu : Tempat, Promosi, Bukti Fisik dan Keputusan Berkunjung. Populasi penelitian ini adalah masyarakat yang pernah ke gua petri. Sampel ditentukan sejumlah 100 orang yang diambil secara *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer, sedangkan teknik pengumpulannya adalah kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Hasil analisis menunjukkan 1) Ada pengaruh signifikan variabel tempat, promosi dan bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji F hitung  $48,836 > F$  tabel  $2,669$  dan signifikan sebesar  $0,00 < 0,10$  2) Ada pengaruh signifikan variabel tempat terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji t hitung  $3,320 > t$  tabel  $1,661$  dan sig sebesar  $0,001 < 0,10$  3) Ada pengaruh signifikan variabel promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji t hitung  $2,038 > t$  tabel  $1,661$  dan signifikan sebesar  $0,044 < 0,10$  4) Ada pengaruh signifikan variabel bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji t hitung  $4,380 > t$  tabel  $1,661$  dan signifikan sebesar  $0,000 < 0,10$ .

**Kata Kunci : Keputusan Berkunjung, Tempat, Promosi dan Bukti Fisik**

## ABSTRACT

AgusNiusAriansyah / 212019053 / The influence of place, promotion and physical evidence on the decision to visit tourists to the GuaPutri tourist attraction in OganKomerUlu Regency / Marketing management.

The formulation of the problem in this study is 1) Is there an influence of place, promotion and physical evidence on the decision to visit tourists to the GuaPutri tourist attraction in OganKomerUlu Regency 2) Is there any influence of place on the decision to visit tourists to GuaPutri in OganKomerUlu Regency 3) Is there any influence of promotion on the decision to visit tourists to GuaPutri tourist attraction in OganKomerUlu Regency 4) Is there any influence of physical evidence on the decision to visit tourists to the GuaPutri tourist attraction in OganKomerUlu Regency. The objectives of this study are 1) To determine the influence of place, promotion and physical evidence on the decision to visit tourists to the GuaPutri tourist attraction in OganKomerUlu Regency 2) To determine the influence of the place on the decision to visit tourists to the GuaPutri tourist attraction in OganKomerUlu Regency 3) To find out the influence of promotion on the decision to visit tourists to the GuaPutri tourist attraction in OganKomerUlu Regency 4) To determine the effect of physical evidence on the decision to visit tourists to the GuaPutri tourist attraction in OganKomerUlu Regency. This study included Associative research. Four variables were used: Venue, Promotion, Physical Evidence and Decision to Visit. The population of this study is people who have been to the petri cave. Samples were determined by 100 people who were taken by purposive sampling. The data used is primary data, while the data collection technique is a questionnaire. The analysis technique used is Multiple Linear Regression. The results of the analysis show 1) There is a significant influence of place, promotion and physical evidence variables on the decision to visit tourists to the GuaPutri tourist attraction in OganKomerUlu Regency This result is evidenced by the results of the F test count  $48.836 > F$  table 2.669 and significant  $0.00 < 0.10$  2) There is a significant influence of place variables on the decision to visit tourists to the GuaPutri tourist attraction in OganKomerUlu Regency This result is evidenced by the results of the t-test count of  $3.320 > t$  table 1.661 and sig of  $0.001 < 0.10$  3) There is a significant influence of promotion variables on the decision to visit tourists to the GuaPutri tourist attraction in OganKomerUluRegency. This result is evidenced by the results of the t test count of  $2.038 > t$  table 1.661 and significant  $0.044 < 0.10$  4) There is a significant influence of physical evidence variables on the decision to visit tourists to the Putri Cave tourist attraction in OganKomerUlu Regency This result is evidenced by the results of the t-count test of  $4,380 > t$  table 1,661 and significant of  $0,000 < 0.10$ .

**Keywords:** Visiting decision, place, Promotion and Physical Evidence



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan keputusan berkunjung konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen mempelajari tentang proses dan aktivitas saat seorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, berkunjung, penggunaan, serta pengevaluasian produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Geral 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 keputusan berkunjung 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.

Menurut Kotler dan Amstrong (2018) Menyatakan bahwa Tempat adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan

atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

Menurut Kotler dan Keller dalam Simamora (2018) Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), dan mengingatkan (to remind) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga.

Variabel bukti fisik (*physical evidence*). menurut Kotler (2011) merupakan variabel penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen adalah bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Untuk menarik minat konsumen, upaya 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 konsumen jenis dan tipe produk yang merupakan keinginan konsumen.

Menurut dinas pariwisata dan kebudayaan Ogan Komering Ulu melansir adanya salah satu kabupaten di Indonesia, yakni Kabupaten Ogan Komering Ulu. Merupakan kabupaten yang ada di Provinsi Sumatra Selatan yang memiliki beragam macam objek wisata sejarah. Salah satu diantaranya yaitu objek wisata Gua Putri, terdapat berbagai macam wisata sejarah lainnya

seperti museum.

Gua Putri merupakan tempat wisata sejarah yang di kelilingi oleh panorama alam, dan memiliki bentukan stalagtit dan stalagmit, lokasinya, di Kabupaten Ogan Komering Ulu, Sumatra Selatan.

Pada penelitian ini, peneliti memilih objek wisata Gua Putri merupakan salah satu objek wisata di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Riset yang telah dilakukan pada awal penelitian, di peroleh hasil sebagai berikut.

**Tabell.I**  
**Tanggapan Responden Pada Objek wisata Gua Putri Di Ogan Komering ULU**

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1	Tempat yang mudah dijangkau	14	16
2	Tempat objek wisata strategis	13	17
3	Jalan sekitar lokasi tidak pernah macet	11	19
4	Pihak pengelola wisata sangat gencar melakukan promosi	13	17
5	Mengetahui objek wisata dari iklan yang di layangkan	4	26
6	Promosi yang ditawarkan membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung	12	18
7	Desain tempat serta lingkungan wisata yang baik dan terawatt	6	24
8	Kebersihan objek wisata sangat terjaga dengan baik	13	17
9	Pihak objek wisata belum banyak menjual souvenir dilokasi wisata ini	12	18

Sumber : Hasil Wawancara Pra Riset 2022.

Berdasarkan tabel I.I terdapat fenomena-fenomena yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan diantaranya adalah tempat, promosi dan bukti fisik.



Indikator tempat menentukan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Gua Putri, tetapi dilihat dari hasil kuesioer yang diedarkan pada responden bahwa masyarakat yang pernah ke objek wisata Gua putri banyak yang tidak setuju bahwasannya tempat yang mudah dijangkau.Selanjutnya tempat objek wisata Gua Putri yang strategis, tetapi dilihat dari hasil kuesioer yang diedarkan pada responden bahwa masyarakat yang pernah ke objek wisata Gua putri banyak yang tidak setuju bahwasanya lokasi yang strategis. Kemudian jalan menuju ke objek wisata Gua Putri tidak pernah terkena macet, tetapi dilihat dari hasil kuesioer yang diedarkan pada responden bahwa masyarakat yang pernah ke objek wisata Gua putri bahwasannya banyak yang tidak setuju jalanan yang tidak terkena macet.

Pihak objek wisata Gua Putri sangat gencar melakukan promosi, tetapi dilihat dari hasil kuesioer yang diedarkan pada responden bahwa masyarakat yang pernah ke objek wisata Gua putri bahwasannya banyak yang tidak setuju kalau pihak objek wisata Gua Putri sangat gencar melakukan promosi. Selanjutnya mengetahui objek wisata Gua Putri melalui iklan, diliahat dari hasil kuesioer yang diedarkan pada responden bahwa masyarakat yang pernah ke objek wisata Gua putri bahwasannya banyak yang tidak setuju kalau pihak objek wisata Gua Putri melakukan promosi melewati iklan. Kemudian indikator promosi yang ditawarkan membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung, diliahat dari hasil kuesioer yang diedarkan pada responden bahwa masyarakat yang pernah ke objek wisata Gua putri bahwasannya banyak yang tidak setuju.

Desain tempat serta lingkungan wisata yang baik dan terawat juga menjadi salah satu hal yang membuat wisatawan menentukan untuk berkunjung. Desain

tempat serta lingkungan wisata pada Gua Putri dirasa kurang menarik, tetapi dilihat dari hasil kuesioer yang diedarkan pada responden bahwa masyarakat yang pernah ke objek wisata Gua putri banyak yang tidak setuju terhadap desain tempat serta lingkungan wisata yang baik dan terawat. Lalu indikator kebersihan objek wisata Gua Putri sangat terjaga dengan baik, tetapi dilihat dari hasil kuesioer yang diedarkan pada responden bahwa masyarakat yang pernah ke objek wisata Gua putri bahwasannya banyak yang tidak setuju kalau kebersihan di wisata Gua Putri sangat terjaga dengan baik. Kemudian pihak objek wisata Gua Putri banyak menjual souvenir dilokasi wisata ini, tetapi dilihat dari hasil kuesioer yang diedarkan pada responden bahwa masyarakat yang pernah ke objek wisata Gua putri banyak yang tidak setuju bahwasannya dilokasi wisata banyak yang menjual souvenir.

Berdasarkan fenomena yang ada maka penelitian ini diberi judul : Pengaruh tempat, promosi dan bukti fisik terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata gua putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

## **B. RumusanMasalah**

1. Apakah ada pengaruh tempat, promosi dan bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu ?
2. Apakah ada pengaruh tempat terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu?
3. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu?

4. Apakah ada pengaruh bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh tempat, promosi dan bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu
2. Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu
4. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Gua Putri di Kabupaten Ogan Komering Ulu

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan memperluas ilmu pengetahuan serta sebagai media belajar untuk dapat mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan secara ilmiah.

2. Manfaat bagi almamater

Sebagai bahan referensi dan sebagai tambahan Informasi bagi mahasiswa mengenai pemikiran dan bahan kajian dalam penelitian sebelumnya.

3. Bagi lokasi penelitian

Sebagai pemberi gambaran mengenai gambaran wisata Gua putri serta

sebagai masukan bagi pihak pengelola objek wisata untuk menentukan kebijakan-kebijakan lebih lanjut dalam upaya menarik minat pengunjung pada wisata Gua putri di Kabupaten ogan Komering Ulu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma.B. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:
- Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung
- Diantanti, N. P., & Asrori, I. (2021). *Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Objek Wisata Hutan Pinus Loji Lereng Kelud)*. Translitera: *Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 10(1), 45-53.
- Dharmmesta, Basu Swasthadan Handoko, T.Hani. 2018. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Fauzi, F., Dencik, Abdul Basyith., Asiati, Diah Isnaini. 2019. "Metodologi Penelitian Untuk Manajemen Dan Akuntansi.
- Fajar, Laksana, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Gerald Zalman and Melanie Wallendo. 1979. *Consumer Behavior : Basic Finding and Manajemen Implications*. The United States of America : By John Willey Sand Sons, Inc
- Irwan, M. (2019). *Pengaruh physical evidence, promotion dan place terhadap keputusan berkunjung wisatawan di telagakermatakabupatensumenep* (Doctoral dissertation, Universitas Wiraraja).
- Kotler dan Philip.(2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (edisi 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Keller. 2016. *Marketing Management* 15e Global Edition. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tigabelas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.

- Lupiyoadi,R. (2013). *ManajemenPemasaranJasa*. Jakarta :SalembaEmpat
- Parapat, D., Kardinal, K., &Widagdo, H. (2018).Pengaruh, Lokasi, Harga Dan PromosiTerhadapKeputusanBerkunjungPada Museum Sultan Mahmud Badarudin II Palembang.
- Suharno&YudiSutarso. 2010. Marketing in Practice. GrahaIlmu, Yogyakarta
- Suyuthie, H. (2020). PengaruhPromosiTerhadapKeputusanBerkunjungWisatawanKeObjekWisata Green House LezattaKabupatenAgam.*JurnalKajianPariwisata Dan BisnisPerhotelan*, 1(2), 72-76.
- Walukow, A. L. P., &Mananeke, L. (2014).Pengaruhkualitasproduk, harga, promosidanlokasiterhadapkeputusanBerkunjungkonsumen Di BentenanCenterSonderMinahasa.*Jurnal EMBA: JurnalRisetEkonomi, Manajemen, BisnisdanAkuntansi*, 2(3).
- Wardah, Z., Topowijono, T., & NP, M. G. W. E. (2016).PengaruhBauranPromosiTerhadapKeputusanBerkunjung (SurveiPadaPengunjung Taman Safari II PrigenPasuruan) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6 thed. Mc.Graw-Hill. Boston.