

**PENGARUH PROMOSI, TEMPAT DAN BUKTI FISIK TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE OBJEK TAMAN
WISATA ALAM PUNTI KAYU PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Girlin Nurdalifa Saputri

NIM : 212020244

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2024

**PENGARUH PROMOSI, TEMPAT DAN BUKTI FISIK TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE OBJEK TAMAN
WISATA ALAM PUNTI KAYU PALEMBANG**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Sastra Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Girlin Nurdalifa Saputri

NIM : 212020244

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Girlin Nurdalifa Saputri
NIM : 212020244
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : Pengaruh Promosi, Tempat Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang.

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata satu (S1) 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 sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi akademik lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 10 Mei 2024



Girlin Nurdalifa Saputri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

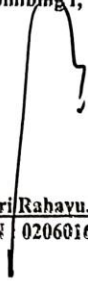
Judul : Pengaruh Promosi, Tempat Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan
Berkunjung Wisatawan Ke Objek Taman Wisata Alam Pundi Kayu
Palembang

Nama : Girlin Nurdalifa Saputri
NIM : 212020244
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran


Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal Mei 2024

Pembimbing I,


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

Pembimbing II,


Nadia Afriliiana, S.E., M.Si
NIDN : 0219048501

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen




Dr. Zahra Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN : 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan mereka sendiri.”

(QS. Ar-Ra’d 11)

“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.”

(QS. An-Najm 39)

“Sesungguhnya bersama kesulitan pasti ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).”

(QS. Al-Insyirah 6-7)

“Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, lebarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada pada sekarang, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah.”

(Girlin Nurdalifa Saputri)

Mempersembahkan ini kepada :

- Kedua Orang Tuaku
 - Sogimin
 - Lidawati
- Saudara dan Saudari
 - Galih Oktavianto
 - Gita Ramadhanti Oktariani
- Keluarga tercinta, keluarga besarku
- Serta teman-teman seperjuanganku

PRAKATA



Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Tempat dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta dan kasih sayang dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua, Ayahanda yaitu Sogimin dan Ibunda Lidawati dan kakak adik yang tercinta Galih Oktavianto dan Gita Ramadhanti Oktariani yang ikut membantu dalam penyusunan skripsi serta yang memiliki peran penting dalam perjalanan hidup penulis serta berjasa dalam mendidik, mendoakan, memberikan dorongan motivasi serta selalu ada disetiap masalah yang dihadapi penulis. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kedua orang tua yang paling baik didunia serta keluarga besar yang selalu mendukung.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis,

baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
2. Bapak Yudha Mahrom, DS, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, 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 Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Nadia Afriliana, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua dan saudara-saudariku yang selalu mendoakan dan terimakasih atas segala yang telah diberikan kepada saya dan tak lupa juga untuk keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran skripsiku.

9. Keluarga besar Prodi Manajemen angkatan 2020 terutama kelas CM X yang telah ikut membantu yang tidak bisa disebutkan satu-persatu oleh penulis.
10. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan Anggi, Maretha, Putri, Salsabila, Khairunnisa, Tharishah yang selalu memberikan semangat, motivasi serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada diriku sendiri yang telah berjuang dan bekerja sama dengan baik sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
12. Terima kasih kepada Rievaldy Obila Ramadhan yang selalu menemani dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabikul Khairot

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Palembang, Mei 2024

Girllin Nurdalifa Saputri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka.....	12
B. Penelitian Sebelumnya	24
C. Kerangka Pemikiran.....	29
D. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian.....	33
C. Operasional Variabel	33
D. Populasi dan Sampel	34
E. Data yang Diperlukan	36
F. Metode Pengumpulan Data	37
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Kunjungan Wisatawan Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang Tahun 2018-2023	6
Tabel I.2 Tanggapan Responden Pada Objek Wisata Alam Punti Kayu Palembang	7
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya	28
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel IV.1 Hasil Uji Variabel Keputusan Berkunjung, Tempat dan Bukti Fisik	52
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel IV.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	54
Tabel IV.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi (X1).....	58
Tabel IV.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Tempat (X2)	62
Tabel IV.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Bukti Fisik (X3)	66
Tabel IV.7 Analisis Regresi Linear Berganda	70
Tabel IV.8 Uji F	72
Tabel IV.9 Uji t	73
Tabel IV.10 Koefisien Determinasi	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Sistematika Penulisan
- Lampiran 3 : Kuesioner
- Lampiran 4 : Tabulasi Data Regresi Linier Berganda
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Keputusan Berkunjung (Y)
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Promosi (X1)
- Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Tempat (X2)
- Lampiran 8 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Bukti Fisik (X3)
- Lampiran 9 : Hasil Regresi Linier Berganda
- Lampiran 10 : Hasil Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi
- Lampiran 11 : Tabel F
- Lampiran 12 : Tabel t
- Lampiran 13 : Tabel r
- Lampiran 14 : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 15 : Surat Izin Melakukan Riset
- Lampiran 16 : Surat Keterangan Telah Melakukan Riset
- Lampiran 17 : Plagiarisme
- Lampiran 18 : Sertifikat AIK
- Lampiran 19 : Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer
- Lampiran 20 : Sertifikat Aplikasi Komputer dalam Bisnis
- Lampiran 21 : Sertifikat SKPI Pengelolaan Bisnis
- Lampiran 22 : Sertifikat SKPI Pelatihan *E-Commerce*
- Lampiran 23 : Sertifikat SKPI Pelatihan *Marketing Strategy*
- Lampiran 24 : Sertifikat SKPI *Marketing* dan *Branding*
- Lampiran 25 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 26 : Sertifikat Magang
- Lampiran 27 : Biodata Penulis

ABSTRAK

Girlin Nurdalifa Saputri / 212020244 / 2024 / Pengaruh Promosi, Tempat dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, tempat dan bukti fisik secara simultan dan parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang. Pada penelitian ini menggunakan 100 sampel, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Jenis penelitian yang digunakan asosiatif, data yang digunakan merupakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda variabel promosi, tempat dan bukti fisik mempunyai koefisien regresi positif yang artinya bahwa promosi, tempat dan bukti fisik mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Hasil analisis uji F yang dilakukan $F_{hitung} 7,381 > F_{tabel} 2,14$ dan $Sig F 0,000 < 0,10$ maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan Promosi, Tempat dan Bukti Fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang. Hasil analisis uji t yang dilakukan diperoleh hasil penelitian bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung karena $t_{hitung} > t_{tabel} (2,002 > 1,660)$, tempat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung karena $t_{hitung} > t_{tabel} (2,011 > 1,660)$ dan bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung karena $t_{hitung} > t_{tabel} (3,296 > 1,660)$. Hasil Koefisien Determinasi yang dilakukan menunjukkan nilai *Adjusted R Square* 0,162 (16%), sedangkan sisanya 84% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada didalam penelitian ini.

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

ABSTRACT

Girlin Nurdalifa Saputri / 212020244 / 2024 / The Influence of Promotion, Place and Physical Evidence on the Decision to Visit Tourists to Pundi Kayu Palembang Natural Tourism Park.

This study aims to determine the influence of promotion, place and physical evidence simultaneously and partially on the decision to visit tourists to the object of Pundi Kayu Palembang Nature Park. In this study using 100 samples, the sampling technique used nonprobability sampling techniques by purposive sampling. The type of research used is associative, the data used are primary and secondary data. The data collection technique used is a questionnaire, the data analysis techniques used are Multiple Linear Regression Analysis, F Test, t Test and Coefficient of Determination. Multiple Linear Regression Analysis results of promotion, place and physical evidence variables have a positive regression coefficient which means that promotion, place and physical evidence have a positive influence on visiting decisions. The results of the F test analysis conducted $F_{count} 7.381 > F_{table} 2.14$ and Sig F $0.000 < 0.10$ then it can be stated that there is a significant influence of Promotion, Place and Physical Evidence on the decision to visit tourists to the object of Pundi Kayu Natural Tourism Park Palembang. The results of the t-test analysis conducted obtained the results of the study that promotion has a significant effect on the decision to visit because $t_{count} > t_{table}$ ($2.002 > 1.660$), place has a significant effect on the decision to visit because $t_{count} > t_{table}$ ($2.011 > 1.660$) and physical evidence has a significant effect on the decision to visit because $t_{count} > t_{table}$ ($3,296 > 1,660$). The results of the Coefficient of Determination showed an Adjusted R Square value of 0.162 (16%), while the remaining 84% was influenced by other variables that were not in this study.

Keywords : Promotion, Place, Physical Evidence, Decision to Visit

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di era abad ke-21 ini telah berkembang dengan sangat pesat. Setiap orang disibukkan dengan pekerjaan dan kegiatan masing-masing. Rutinitas yang dialami orang dalam kesehariannya menimbulkan ketegangan, kejenuhan, kebosanan dan juga mungkin dapat berakibat stress. Untuk meminimalisirkan perasaan tersebut berkembang menjadi negatif, dibutuhkan sarana untuk memulihkan kejernihan pikiran, mendapatkan inspirasi dan juga kesegaran yang baru. Salah satu bentuk kegiatan yang efektif adalah dengan melakukan kegiatan berwisata (Setyaningsih, 2017).

Pariwisata saat ini sudah menjadi industri yang ikut memberikan andil dalam pembangunan ekonomi dan sosial diberbagai negara di dunia. Sektor pariwisata dapat memberikan kontribusi yang sangat besar bagi pertumbuhan ekonomi negara-negara tujuan wisata karena dapat memberikan kesempatan kerja, peningkatan pendapat dan juga perubahan taraf hidup dan kesejahteraan.

Semakin banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang menawarkan produk jasa sebagai pemenuh kebutuhan masyarakat, maka dapat menimbulkan persaingan diantara perusahaan-perusahaan penyedia jasa. Diperlukan manajemen yang memumpuni untuk membangun citra perusahaan agar tetap bisa dipercaya oleh para konsumennya.

Objek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Objek wisata sangat erat hubungannya dengan daya tarik wisata. Daerah yang merupakan objek wisata harus memiliki keunikan yang menjadi sasaran utama apabila berkunjung ke daerah wisata tersebut. Keunikan suatu daerah wisata dapat dilihat dari budaya setempat, alam, flora dan fauna serta kemajuan teknologi dan unsur spiritual (Siregar, 2017).

Menurut *American Marketing Association* (AMA) dalam Indrasari (2019:4) pemasaran merupakan suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Mangkunegara dalam Indrasari (2019:16) berpendapat bahwa perilaku konsumen adalah suatu tindakan-tindakan yang dilakukan individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dan mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomi yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.

Keputusan pembelian dalam dunia pariwisata diasumsikan sebagai keputusan berkunjung sehingga teori mengenai keputusan pembelian digunakan juga dalam keputusan berkunjung (Yofina, 2019).

Keputusan untuk melakukan suatu kunjungan memiliki relevansi yang signifikan dalam konteks pemasaran seperti halnya dengan keputusan pembelian. Saat pelanggan mempertimbangkan suatu kunjungan, secara tidak langsung mereka membentuk persepsi tentang nilai produk atau layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang

mempertimbangkan pentingnya pengalaman kunjungan dapat menjadi kunci dalam membentuk persepsi pelanggan dan memengaruhi siklus pembelian.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Indrasari (2019:70) keputusan berkunjung konsumen adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu dan tindakan tertentu, maka keadaan tersebut bukan merupakan suatu keputusan.

Promosi sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan berkunjung memiliki peran dalam dunia pemasaran. Dalam hal ini, promosi mencakup berbagai strategi yang digunakan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi atau produk. Oleh karena itu, memahami dinamika promosi dan mengimplementasikannya secara cerdas dapat menjadikan kunci sukses dalam mendekati dan memenuhi harapan target pasar yang akan berdampak positif pada keputusan berkunjung.

Zeithaml dalam Zusrony (2021:113) mengemukakan bahwa promosi adalah komunikasi dari perusahaan yang menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respons.

Sebagai variabel yang signifikan dalam konteks keputusan berkunjung, tempat memiliki dampak yang mendalam terhadap preferensi

dan evaluasi konsumen. Ketersediaan akses, kenyamanan dan keamanan suatu tempat merupakan suatu kunci yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang bagaimana tempat memengaruhi keputusan berkunjung menjadi hal yang penting dalam perancangan strategi dan pengembangan wilayah untuk meningkatkan daya tarik dan juga keputusan berkunjung.

Menurut Tan A, Ching Yick dan Wong dalam Halim (2022:63) tempat adalah lokasi dimana organisasi memilih untuk menemukan produk atau layanannya sehingga konsumen sarannya dapat dengan mudah mengaksesnya.

Bukti fisik juga memegang peranan penting dalam mempengaruhi keputusan berkunjung, terutama dalam konteks perilaku konsumen. Lingkungan fisik yang menarik dan nyaman dapat meningkatkan daya tarik destinasi seiring dengan meningkatnya keinginan untuk berkunjung. Bukti fisik yang tidak mendukung, seperti fasilitas yang tidak terawat atau atmosfer yang kurang menyenangkan dapat menjadi hambatan para wisatawan untuk berkunjung. Menurut Akroush dalam Halim (2022:76) bukti fisik adalah semua elemen yang berwujud yang memberikan suasana yang bersahabat di lingkungan layanan.

Palembang merupakan Ibu Kota Provinsi Sumatera Selatan yang memiliki berbagai macam objek wisata. Salah satu diantaranya adalah Taman Wisata Alam Pundi Kayu, selain itu terdapat berbagai macam objek

wisata lainnya seperti Museum, Bukit Siguntang, Kambang Iwak dan lain sebagainya.

Objek Taman Wisata Alam Punti Kayu merupakan sebuah kawasan pelestarian alam dengan luas lahan sekitar 50ha yang dimanfaatkan untuk kegiatan pariwisata alam dan rekreasi di Palembang, Sumatera Selatan. Terletak di tengah kota Palembang tepatnya di kawasan Km.6,5 Palembang, kawasan taman punti kayu merupakan kawasan konservasi yang konsep pengembangannya berdasarkan prinsip-prinsip perlindungan keanekaragaman jenis tumbuhan hayati dan satwa. Taman Wisata Alam Punti Kayu memiliki potensi berupa Panorama Hutan Pinus (*pinus mercussi*) yang memiliki nilai estetika pemandangan menarik, serta adanya kebun binatang mini/sarana edukasi dengan hewan liar yaitu kera ekor Panjang (*macaca fascicularis*), beruk (*macaca nemistriana*) dan berbagai macam fasilitas lainnya seperti flying fox, taman bermain, miniatur 7 keajaiban dunia, waterpark dan juga danau. Sebagai sebuah Taman Wisata Alam dalam kota, Punti Kayu memiliki potensi yang sangat luar biasa baik sebagai destinasi wisata maupun sebagai penyeimbang udara yang bersih untuk Palembang. Ratusan pohon pinus berjejer didalamnya, ditambah pula dengan kera yang dengan mudahnya berinteraksi dengan pengunjung.

Tabel I.1

**Data Kunjungan Wisatawan Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang
Tahun 2018-2022**

Tahun	Wisatawan		Jumlah (Orang)	Persentase Penurunan
	Nusantara	Mancanegara		
2018	159.492	34	159.526	40%
2019	136.944	15	136.959	34%
2020	48.240	0	48.240	12%
2021	26.073	0	26.073	6%
2022	30.930	0	30.930	8%

Sumber: BKSDA Sumatera Selatan 2023

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pengunjung Taman Wisata Alam Punti Kayu mengalami penurunan pada tahun 2019 akibat pandemi virus *Covid-19* sehingga banyak tempat wisata harus membatasi jumlah masuk pengunjung atau ditutup sementara. Pada tahun 2020 Taman Wisata Alam Punti Kayu mengalami penurunan yang sangat signifikan. Oleh karena itu diperlukan evaluasi faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang.

Pada penelitian ini, penelitian memilih objek wisata Taman Wisata Alam Punti Kayu yang merupakan salah satu objek wisata yang ada di Kota Palembang. Riset yang telah dilakukan pada awal penelitian diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel I.2
Tanggapan Responden Pada Objek Wisata Alam Punti Kayu Palembang

No	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju
A. Keputusan Berkunjung			
1	Melakukan kunjungan ke Taman Wisata Alam Punti Kayu karena berbeda dengan tempat wisata lainnya	9	21
2	Berkunjung ke Taman Wisata Alam Punti Kayu karena kepopulerannya	8	22
3	Berkunjung ke Taman Wisata Alam Punti Kayu karena sangat menarik dan unik	12	18
B. Promosi			
1	Pihak pengelola wisata sangat gencar melakukan promosi	5	25
2	Mengetahui objek wisata dari iklan yang dilayangkan	4	26
3	Promosi yang ditawarkan membuat para wisatawan tertarik untuk berkunjung	8	22
C. Tempat			
1	Jalan sekitar lokasi objek wisata tidak pernah macet	4	26
2	Lahan parkir yang tersedia bagi pengunjung dikelola oleh pihak yang resmi	11	19
3	Tempat objek wisata yang mudah dijangkau dan strategis	23	7
D. Bukti Fisik			
1	Desain tempat serta lingkungan wisata yang baik dan terawat	11	19
2	Kebersihan objek wisata terjaga dengan sangat baik	21	9
3	Pihak objek wisata banyak menjual souvenir dilokasi wisata	7	23
Jumlah		30	

Sumber: Hasil Pra Riset, (2023)

Berdasarkan hasil pra riset pada tabel I.I bisa dijelaskan bahwa terdapat 12 pernyataan yang mewakili indikator dari setiap variabel yang dibahas yaitu keputusan berkunjung, promosi, tempat dan bukti fisik. Terlihat bahwa wisatawan yang telah berkunjung ke Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang rata-rata menjawab tidak setuju.

Keputusan berkunjung para wisatawan pada objek Taman Wisata Alam Punti Kayu merasa tidak setuju dengan keputusan melakukan kunjungan ke Taman Wisata Alam Punti Kayu karena objek wisata tersebut berbeda dengan tempat wisata lainnya. Para wisatawan juga banyak yang tidak setuju melakukan kunjungan ke Taman Wisata Alam Punti Kayu karena kepopulerannya serta tidak setuju dengan keputusan berkunjung ke Taman Wisata Alam Punti kayu karena menarik dan juga unik.

Jika dilihat dari segi promosi, para wisatawan pada objek Taman Wisata Alam Punti Kayu rata-rata menjawab tidak setuju dikarenakan pihak pengelola wisata tidak gencar melakukan promosi. Selanjutnya mengenai pernyataan mengetahui objek Taman Wisata Alam Punti Kayu melalui iklan banyak para wisatawan menjawab tidak setuju. Kemudian juga mengenai promosi yang ditawarkan membuat para wisatawan tertarik untuk berkunjung banyak para wisatawan merasa tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Indikator tempat menentukan wisatawan untuk berkunjung ke objek Taman Wisata Alam Punti Kayu, tetapi dilihat dari hasil kuesioner yang disebarkan pada responden bahwa masyarakat yang pernah ke objek Taman

Wisata Alam Punti Kayu banyak yang tidak setuju bahwa jalan disekitar lokasi objek wisata tidak pernah macet. Selanjutnya lahan parkir yang tersedia bagi pengunjung tidak dikelola oleh pihak resmi yang dimana dapat menyusahkan para pengunjung jika parkir di tempat objek wisata penuh.

Desain tempat serta lingkungan wisata yang baik dan terawat juga menjadi salah satu hal yang membuat para wisatawan menentukan untuk berkunjung. Desain tempat serta lingkungan objek Taman Wisata Alam Punti Kayu dirasa kurang menarik, banyak para wisatawan yang pernah berkunjung ke objek Taman Wisata Alam Punti Kayu merasa tidak setuju kalau desain tempat serta lingkungan wisata tersebut baik dan terawat. Kemudian untuk pernyataan pihak objek Taman Wisata Alam Punti Kayu banyak menjual souvenir dilokasi banyak para wisatawan yang telah berkunjung merasa tidak setuju dikarenakan tidak ada yang menjual souvenir di lokasi Taman Wisata Alam Punti Kayu.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Promosi, Tempat Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh promosi, tempat dan bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang?
2. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang?
3. Apakah ada pengaruh tempat terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang?
4. Apakah ada pengaruh bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi, tempat dan bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang.

4. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang.

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 para mahasiswa mengenai pemikiran dan bahan kajian dalam penelitian sebelumnya.

3. Bagi lokasi penelitian

Sebagai pemberi gambaran mengenai objek Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang serta sebagai masukan bagi pihak pengelola objek wisata untuk menentukan kebijakan-kebijakan lebih lanjut dalam upaya menarik minat pengunjung ke objek Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Asiati, D. I. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri Offset.
- Darmanah, & Garaika. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung Selatan: CV HIRA TECH.
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodelogi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.
- Fadjarajani, S. (2020). *Metodologi Penelitian (Pendekatan Multidisipliner)*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fauzi, A. (2022). *Metodologi Penelitian*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Halim, F. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hendrayani, E. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur: Unitomo Press.
- Irwan, M. (2019). Pengaruh Physical Evidence, Promotion dan Place Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Telaga Kermata Kabupaten Sumenep. *Jurnal Riset Manajemen*, 1-18.
- Irwansyah, R. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Kardinal, Parapat, D., & Widagdo, H. (2018). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang. *Jurnal Riset Manajemen*, 1-11.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Principle Of Marketing 7th Edition* . Harlow: Pearson Education Limited.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Marwan, Rahmidani, R., & Sari, D. P. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Waterboom Di Kota Sawahlunto. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 123-133.

- NP, M. G., Topowijono, & Wardah, Z. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada pengunjung Taman Safari II Prigen Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23-30.
- Sari, F., & Suyuthie, H. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Green House Lezatta Kabupaten Agam. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan*, 72-76.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2013). *Services Marketing (Integrating Customer Focus Across The Firm)*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.