

Pengaruh Promosi, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung pada *Event* Jalan Sehat 1000 Langkah di Kota Gunungsitoli Tahun 2023

Rita Elvina Novriyanti Harefa

Program Studi Mice, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan

e-mail: ritacynthia00@gmail.com

Abstrak

Promosi adalah kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mempromosikan *event*, merek, produk, hingga jasa yang ingin diperkenalkan kepada masyarakat luas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi, fasilitas dan lokasi terhadap minat berkunjung pada event jalan sehat 1000 langkah di Kota Gunungsitoli. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan uji hipotesis data secara parsial (uji t), uji simultan (uji f) serta koefisien determinasi. Dari hasil uji penelitian ini diperoleh hasil bahwa variabel promosi dan lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada event jalan sehat 1000 langkah dan variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berkunjung. Secara simultan atau bersamaan promosi, fasilitas dan lokasi memiliki signifikan terhadap keputusan berkunjung pada event jalan sehat 1000 langkah di Kota Gunungsitoli. Persamaan regresi linear berganda untuk penelitian ini adalah $Y = 8,831 + 0,154X_1 + 0,071X_2 + 0,164X_3 + e$

Kata Kunci : *Promosi, Fasilitas, Lokasi, Keputusan Berkunjung*

Abstract

Promotion is a marketing activity aimed at promoting businesses, brands, products and services that you want to introduce to the wider community. The purpose of this study was to find out whether there was an effect of promotion, facilities and location on the interest of those attending the 1000 step healthy walk event in Gunungsitoli City. This research is a type of quantitative research with a total sample of 97 people. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis with partial data hypothesis testing (t test), simultaneous test (f test) and the coefficient of determination. From the results of this research test, it was found that the promotion and location variables had a positive and significant effect on visiting intentions at the 1000 step healthy walk event and the facilities variable had no partial significant effect on visiting intentions. Simultaneously or concurrently promotions, facilities and locations have a significant effect on the interest in visiting the 1000

step healthy walk event in Gunungsitoli City. The multiple linear regression equation for this study is $Y = 8.831 + 0.154X_1 + 0.071X_2 + 0.164X_3 + e$

Keywords: *Promotion, Facilities, Location, Interest in Visiting*

PENDAHULUAN

Pada awal tahun ini kota gunungsitoli kembali menyelenggarakan *event* yang berbeda dengan sebelumnya karna konsep yang dibuat yakni *funwalk*. *Event* ini bertemakan Jalan Sehat 1000 Langkah dilaksanakan pada tanggal 29 Januari 2023 yang merupakan kegiatan tahunan sejak tahun 2019, namun pada tahun 2020 dan 2021 *event* ditiadakan. Karena angka kasus *covid-19* masih tinggi. Adapun tujuan dari kegiatan ini guna meningkatkan *brand recall* atau ingatan terhadap produk dan mengapresiasi masyarakat yang selalu setia pada *brand* tersebut yakni Kopi ABC.

Dalam penyelenggaraan suatu *event* tidak akan berjalan lancar jika tidak ada promosi. Salah satu upaya promosi yang dilakukan oleh penyelenggaraan *event* Jalan Sehat 1000 Langkah yakni melalui media sosial seperti *facebook* dan *Instagram*. Selain media online pihak penyelenggara juga menggunakan media cetak seperti spanduk, *baliho/billboard*, koran.

Selain promosi pihak penyelenggara juga melakukan kerjasama dengan pemerintah kota gunungsitoli untuk memudahkan perizinan menggunakan fasilitas-fasilitas yang ada. Fasilitas merupakan segala kebutuhan yang dapat mendukung berjalannya *event* dengan baik. Adapun fasilitas yang diberikan pemerintah kota gunungsitoli pada *event* ini berupa lapangan gratis, tempat parkir, toilet umum, penjagaan dari kepolisian dan lokasi yang strategis.

Penentuan lokasi yang strategis juga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung serta merupakan hal yang penting dalam suatu *event*. Karena semakin strategis lokasi yang ditentukan maka semakin memberikan dampak yang baik. Lokasi strategis yang diberikan oleh pemerintah kota gunungsitoli yakni terletak di pusat kota dan pusat keramaian, sehingga menjadi suatu acuan untuk menarik minat berkunjung masyarakat di *event* tersebut.

Minat berkunjung merupakan dorongan dari dalam diri seseorang untuk memutuskan datang membeli ataupun mengunjungi suatu lokasi atau kegiatan tertentu. Begitu halnya dengan *event* Jalan Sehat 1000 Langkah di Kota Gunungsitoli, banyak masyarakat ikut berpartisipasi menghadiri *event* tersebut. Berikut jumlah data pengunjung setiap tahun yang diselenggarakan oleh Kopi ABC dari tahun 2019-2023 yaitu :

NO	Tahun	Jumlah Pengunjung (orang) Event
1	2019	2000
2	2020	-
3	2021	-
4	2022	2600

5	2023	3000
---	------	------

Sumber : Panitia Penyelenggara Event

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung *event* dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Masyarakat Kota Gunungsitoli memiliki antusias atau minat yang tinggi untuk berkunjung pada *event-event* yang diselenggarakan. Dari data tersebut jumlah pengunjung tertinggi adalah tahun 2023, kecuali pada tahun 2020 dan 2021. Peningkatan tersebut terjadi karena selama 2 tahun berturut-turut *event* ini tidak dilaksanakan sehingga pada tahun 2023 *event* “Jalan Sehat 1000 Langkah” untuk pertama kalinya kembali dilaksanakan lagi di Kota Gunungsitoli. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti penyebab masyarakat memiliki minat berkunjung pada setiap *event* yang diselenggarakan di Kota Gunungsitoli. Dengan judul penelitian adalah “Pengaruh Promosi, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pengunjung pada *Event* Jalan Sehat 1000 Langkah di Kota Gunungsitoli Tahun 2023.”

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung pada *event* jalan sehat 1000 langkah di Kota Gunungsitoli.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung pada *event* jalan sehat 1000 langkah di Kota Gunungsitoli.
3. Untuk mengahui pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung pada *event* jalan sehat 1000 langkah di Kota Gunungsitoli.
4. Untuk mengetahui promosi, fasilitas dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada *event* jalan sehat 1000 langkah di Kota Gunungsitoli.

METODE PENELITIAN

Alur Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda. Dimana dalam penelitian ini akan membahas pengaruh Promosi (X_1), Fasilitas (X_2) dan Lokasi (X_3) terhadap keputusan berkunjung pada *event* jalan sehat 1000 langkah di Kota Gunungsitoli.

Lokasi, Waktu dan Jadwal Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kota Gunungsitoli. Objek yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berkunjung di *Event* Jalan Sehat 1000 Langkah. *Event* ini telah terlaksana pada tanggal 29 Januari 2023, peneliti akan melakukan penelitian dimulai pada Mei 2023 – Juli 2023.

Operasionalisasi Variabel

Tabel Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator
1	Promosi (X_1)	Kegiatan mengomunikasikan manfaat datang ke <i>event</i> oleh pihak penyelenggara <i>event</i>	Indikator promosi yakni : a. Frekuensi promosi b. Kualitas promosi c. Waktu promosi d. Ketepatan atau

			kesesuaian sasaran promosi (Kotler dalam Guntara, 2021 : 13)
2	Fasilitas (X ₂)	Kelayakkan dan ketersediaan sarana prasarana di lokasi event	Indikator fasilitas ada enam, yaitu: a. Pertimbangan/perencanaan spasial b. Perlengkapan/perabotan c. Tata cahaya dan warna d. Unsur pendukung (Tjiptono , 2018:57)
3	Lokasi (X ₃)	Tempat/ venue atau destinasi dimana event diselenggarakan	Indikator lokasi yakni : a. Akses b. Visibilitas c. Lalu lintas d. Tempat parkir e. Ekspansi f. Lingkungan (Zulaini dalam Astuti, 2022 : 43)
4	Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan pengunjung akhirnya memilih atau tidak memilih datang ke event	Indikator keputusan berkunjung yaitu: a. <i>Destination Area</i> (Tempat tujuan) b. <i>Traveling Mode</i> (Tipe perjalanan) c. <i>Time and Cost</i> (Waktu dan Biaya) d. <i>Travel Agent</i> (Agen Perjalanan) e. <i>Service Source</i> (Sumber Jasa) Menurut Damanik dalam Osrita (2022 : 66)

Sumber Data : Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Promosi (X1), Fasilitas (X2) dan Lokasi(X3).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (dependen) adalah Keputusan Berkunjung (Y).

Dalam penelitian ini instrument penelitian yang digunakan ada Kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan ataupun pernyataan yang tertulis yang disusun terstruktur, diisi oleh responden berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan. Kuesioner ini nantinya akan dibuat dari *platform Google Form* lalu akan disebarakan via *link* internet. Jawaban responden inilah yang nantinya akan dijadikan sebagai data primer dalam penelitian. Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah orang yang berkunjung pada *event Jalan Sehat 1000 Langkah* di Kota Gunungsitoli yang berjumlah 3000 pengunjung.

2. Sampel

Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Untuk mengetahui berapa jumlah sampel yang diambil, dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan rumus slovin. Pada *event Jalan Sehat 1000 Langkah* diperkirakan terdapat 3000 pengunjung yang berkunjung dalam *event* tersebut dengan tingkat kesalahan sampel 10%.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang memuat data utama yakni data yang diperoleh secara langsung dilapangan, sedangkan data sekunder yaitu data yang dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang diteliti.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari berbagai cara dalam dua bagian, yaitu data primer yang nantinya data diperoleh langsung dari responden sedangkan data sekunder dalam penelitian ini adalah jurnal, dokumentasi, artikel untuk mendukung penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara :

- a. Kuesioner
- b. Studi Pustaka
- c. Observasi

Teknik Pengolahan Data

Pada penelitian ini teknik pengolahan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yakni kuesioner. Untuk menentukan layak dan tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05.

Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2020 : 176), realibilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang

digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala *Cronbach's Alpha* 0 sampai 1.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang bertujuan untuk memprediksi seberapa besar pengaruh antar satu atau dua variabel bebas (independent) terhadap satu variabel terikat (dependen). Oleh karena variabel independen pada penelitian ini memiliki variabel yang lebih dari dua, maka regresi dalam penelitian ini disebut regresi berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu lokasi (X_1), promosi(X_2), fasilitas(X_3), terhadap minat pengunjung.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas 3, yakni :

1. Uji Normalitas
2. Uji Heteroskedastisitas
3. Uji Multikolinearitas

Pengujian Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka digunakan beberapa pengujian yaitu uji-F dan uji-t.

Uji Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018 : 179) koefisien determinasi (R^2) merupakan uji yang digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Karakteristik Responden

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap 97 responden sebagai perwakilan yang telah datang di *event* Jalan Sehat 1000 Langkah di Kota Gunungsitoli tahun 2023, dapat ditarik beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti yaitu meliputi jenis kelamin, usia, profesi atau pekerjaan.

Berdasarkan data, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang terpilih adalah perempuan sebanyak 56 orang (57,7%), sedangkan sisanya yaitu laki-laki dengan jumlah 41 orang (42,3%). Data ini menunjukkan minat berkunjung pada *Event* Jalan Sehat 1000 Langkah didominasi oleh kaum perempuan.

Berdasarkan data, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang terpilih adalah orang-orang yang berumur 20-29 tahun sebanyak 43 orang (44,3%), 30-39 tahun sebanyak 18 orang (18,6%), 10-19 tahun sebanyak 17 orang (17,5%), 40-49 tahun sebanyak 16 orang (16,5%) dan 3 orang yang berumur lebih dari 50 tahun (3,1%). Data ini menunjukkan *Event* Jalan Sehat 1000 Langkah disukai oleh kaum muda-mudi hingga orang tua yang ada di Kota Gunungsitoli.

Berdasarkan data, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang terpilih adalah Pegawai Swasta sebanyak 28 orang (28,9%), sedangkan sisanya 25 orang pelajar (25,8%), 21 wirausaha (21,6%), 19 ASN/TNI/Polri (19,6%), dan 4 Ibu Rumah Tangga (4,1%).

2. Distribusi Jawaban Responden

Deskripsi data yang akan disajikan dari hasil penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran secara umum mengenai penyebaran data yang diperoleh dilapangan. Data hasil penelitian terdiri dari variabel bebas, yaitu Promosi (X1), Fasilitas (X2) dan Lokasi (X3) dan variabel terikat, yaitu Minat Berkunjung (Y). Distribusi jawaban variabel promosi terdiri dari variabel promosi (X1) terdiri dari 8 butir pernyataan/pertanyaan dan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel Distribusi Jawaban Variabel Promosi (X1)

Promosi (X1)												
Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	4	4,1	24	24,7	46	47,4	23	23,7	97	100
2	0	0	2	2,1	32	33,0	43	44,3	20	20,6	97	100
3	1	1,0	5	5,2	25	25,8	45	46,4	21	21,6	97	100
4	0	0	3	3,1	26	26,8	42	43,3	26	26,8	97	100
5	0	0	5	5,2	39	40,2	38	37	16	16,5	97	100
6	0	0	8	8,2	30	30,9	37	38,1	22	22,7	97	100
7	3	3,1	14	14,4	29	29,9	39	40,2	12	12,4	97	100
8	0	0	3	3,1	40	41,2	42	43,3	12	12,4	97	100

Sumber : Data diolah di SPSS (2023)

Berdasarkan tabel, maka dapat diketahui bahwa :

- i. Pada pernyataan pertama, yang lebih dominan 46 responden atau sekitar 47,4% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 24 responden atau sekitar 24,7% menyatakan Netral (N), 23 responden atau sekitar 23,7% menyatakan Sangat Setuju (SS) dan 4 responden atau sekitar 4,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- ii. Pada pernyataan kedua, yang lebih dominan 43 responden atau sekitar 44,3% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 24 responden atau sekitar 24,7% menyatakan Netral (N), 23 responden atau sekitar 23,7% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 2 responden atau sekitar 2,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- iii. Pada pernyataan ketiga, yang lebih dominan sebanyak 45 responden atau sekitar 46,4 % menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 25 responden atau sekitar 25,8% menyatakan Netral (N), 21 responden atau sekitar 21,6% menyatakan Sangat Setuju (SS), 5 responden atau sekitar 5,2% menyatakan Tidak Setuju, dan 1 responden atau 1,0% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS).
- iv. Pada pernyataan keempat, yang lebih dominan sebanyak 42 responden atau sekitar 43,3% menyatakan setuju (S), sedangkan sisanya 26 responden atau sekitar 26,8%

- menyatakan Sangat Setuju (SS), 26 responden atau sekitar 26,8% menyatakan Netral (N), dan 3 responden atau sekitar 3,1% menyatakan tidak setuju (TS).
- v. Pada pernyataan kelima, yang lebih dominan sebanyak 39 responden atau sekitar 40,2% menyatakan Netral (N), sedagnakn sisanya 37 responden atau sekitar 38,1% menyatakan Setuju (S), 16 responden atau sekitar 16,5% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 5 responden atau sekitar 5,2% menyatakan tidak setuju (TS)
 - vi. Pada pernyataan enam, yang lebih dominan sebanyak 37 responden atau sekitar 38,1% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 30 responden atau sekitar 30,9% menyatakan Netral (N), 22 responden atau sekitar 22,7% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 8 responden atau sekitar 8,2% menyatakan Tidak Setuju (TS).
 - vii. Pada pernyataan ketujuh, yang lebih dominan sebanyak 39 responden atau sekitar 40,2% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 29 responden atau sekitar 29,9% menyatakan Netral (N), 14 responden atau sekitar 14,4% menyatakan Tidak Setuju (TS), 12 responden atau sekitar 12,4% menyatakan Sangat Setuju (SS) dan 3 responden atau sekitar 3,1% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS).
 - viii. Pada pernyataan ketujuh, yang lebih dominan sebanyak 42 responden atau sekitar 43,3% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 40 responden atau sekitar 41,2% menyatakan Netral (N), 12 responden atau sekitar 12,4% menyatakan Sangat Setuju (SS).

Distribusi jawaban variabel fasilitas (X2) terdiri dari 8 butir pernyataan dan dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel Distribusi Jawaban Variabel Fasilitas (X2)
Fasilitas (X2)

Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	3	3,1	2	2,1	35	36,1	42	43,3	15	15,5	97	100
2	0	0	6	6,2	35	36,1	41	42,3	15	15,5	97	100
3	1	1,0	5	5,2	33	34,0	41	42,3	17	17,5	97	100
4	0	0	3	3,1	29	29,9	46	47,4	19	19,6	97	100
5	0	0	1	1,0	21	21,6	52	53,6	23	23,7	97	100
6	0	0	4	4,1	33	34,0	45	46,4	15	15,5	97	100
7	0	0	4	4,1	27	27,8	47	48,5	19	19,6	97	100
8	0	0	3	3,1	39	40,2	44	45,4	11	11,3	97	100

Sumber : Data diolah di SPSS (2023)

Berdasarkan tabel, maka dapat diketahui bahwa :

- i. Pada pernyataan pertama, yang lebih dominan sebanyak 42 responden atau sekitar 43,3% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 35 responden atau sekitar 36,1% menyatakan Netral (N), 15 responden atau sekitar 15,5% menyatakan Sangat Setuju (SS), 3 responden atau sekitar 3,1% menyatakan Sangat Tidak Setuju (TS), dan 2 responden atau sekitar 2,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).

- ii. Pada pernyataan kedua, yang lebih dominan sebanyak 41 responden atau sekitar 42,3% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 35 responden atau sekitar 36,1% menyatakan Netral (N), 15 responden atau sekitar 15,5% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 6 responden atau sekitar 6,2% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- iii. Pada pernyataan ketiga, yang lebih dominan sebanyak 41 responden atau sekitar 42,3% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 33 responden atau sekitar 34,0% menyatakan Netral (N), 17 responden atau sekitar 17,5% menyatakan Sangat Setuju (SS), 5 responden atau sekitar 5,2% menyatakan Tidak Setuju (TS) dan 1 responden atau sekitar 1,0% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS).
- iv. Pada pernyataan keempat, yang lebih dominan sebanyak 46 responden atau sekitar 47,4% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 29 responden atau sekitar 29,9% menyatakan Netral (N), 19 responden atau sekitar 19,6% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 3 responden atau sekitar 3,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- v. Pada pernyataan kelima, yang lebih dominan sebanyak 52 responden atau sekitar 53,6% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 23 responden atau sekitar 23,7% menyatakan Sangat Setuju (SS), 21 responden atau sekitar 21,6% menyatakan Netral (N), dan 1 responden atau sekitar 1,0% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- vi. Pada pernyataan enam, yang lebih dominan sebanyak 45 responden atau sekitar 46,4% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 33 responden atau sekitar 34,0% menyatakan Netral (N), 15 responden atau sekitar 15,5% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 4 responden atau sekitar 4,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- vii. Pada pernyataan ketujuh, yang lebih dominan sebanyak 47 responden atau sekitar 48,5% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 27 responden atau sekitar 27,8% menyatakan Netral (N), 19 responden atau sekitar 19,6% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 4 responden atau sekitar 4,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- viii. Pada pernyataan kedelapan, yang lebih dominan sebanyak 44 responden atau sekitar 45,4% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 39 responden atau sekitar 40,2% menyatakan Netral (N), 11 responden atau sekitar 11,3% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 3 responden atau sekitar 3,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).

Distribusi jawaban variabel lokasi (X3) terdiri dari 12 butir pernyataan dan dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel Distribusi Jawaban Variabel Lokasi (X3)
 Lokasi (X3)**

Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	1	1,0	32	33,0	43	44,3	21	21,6	97	100
2	0	0	0	0	12	12,4	56	57,7	29	29,9	97	100
3	0	0	2	2,1	30	30,9	45	46,4	20	20,6	97	100
4	0	0	1	1,0	23	23,7	51	52,6	22	22,7	97	100
5	0	0	0	0	24	24,7	48	49,5	25	25,8	97	100
6	0	0	0	0	25	25,8	43	44,3	29	29,9	97	100
7	0	0	3	3,1	32	33,0	43	44,3	19	19,6	97	100

8	0	0	2	2,1	27	27,8	50	51,5	18	18,6	97	100
9	0	0	2	2,1	20	20,6	50	51,5	25	25,8	97	100
10	0	0	2	2,1	26	26,8	46	47,4	23	23,7	97	100
11	1	1,0	1	1,0	25	25,8	48	49,5	22	22,7	97	100
12	0	0	1	1,0	15	15,5	51	52,6	30	30,9	97	100

Sumber : Data diolah di SPSS (2023)

Berdasarkan tabel, maka dapat diketahui bahwa :

- i. Pada pernyataan pertama, yang lebih dominan sebanyak 43 responden atau sekitar 44,3% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 32 responden atau sekitar 33,0% menyatakan Netral (N), 21 responden atau sekitar 21,6% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 1 responden atau sekitar 1,0% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- ii. Pada pernyataan kedua, yang lebih dominan sebanyak 56 responden atau sekitar 57,7% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 29 responden atau sekitar 29,9% menyatakan Sangat Setuju (SS), 12 responden atau sekitar 12,4% menyatakan Netral (N).
- iii. Pada pernyataan ketiga, yang lebih dominan sebanyak 45 responden atau sekitar 46,4% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 30 responden atau sekitar 30,9% menyatakan Netral (N), 20 responden atau sekitar 20,6% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 2 responden atau sekitar 2,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- iv. Pada pernyataan keempat, yang lebih dominan sebanyak 51 responden atau sekitar 52,6% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 23 responden atau sekitar 23,7% menyatakan Netral (N), 22 responden atau sekitar 22,7% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 1 responden atau sekitar 1,0% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- v. Pada pernyataan kelima, yang lebih dominan sebanyak 48 responden atau sekitar 49,5% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 25 responden atau sekitar 25,8% menyatakan Sangat Setuju (SS), 24 responden atau sekitar 24,7% menyatakan Netral (N).
- vi. Pada pernyataan enam, yang lebih dominan sebanyak 43 responden atau sekitar 44,3% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 29 responden atau sekitar 29,9% menyatakan Sangat Setuju (SS), 25 responden atau sekitar 25,8% menyatakan Netral (N).
- vii. Pada pernyataan ketujuh, yang lebih dominan sebanyak 43 responden atau sekitar 44,3% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 32 responden atau sekitar 33,2% menyatakan Netral (N), 19 responden atau sekitar 19,6% menyatakan Sangat Setuju (SS), 3 responden atau sekitar 3,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- viii. Pada pernyataan kedelapan, yang lebih dominan sebanyak 50 responden atau sekitar 51,5% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 27 responden atau sekitar 27,8% menyatakan Netral (N), 18 responden atau sekitar 18,6% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 3 responden atau sekitar 3,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- ix. Pada pernyataan kesembilan, yang lebih dominan sebanyak 50 responden atau sekitar 51,5% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 25 responden atau sekitar 25,8%

- menyatakan Sangat Setuju (SS), 20 responden atau sekitar 20,6% menyatakan Netral (N), dan 2 responden atau sekitar 2,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- x. Pada pernyataan kesepuluh, yang lebih dominan sebanyak 46 responden atau sekitar 47,4% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 26 responden atau sekitar 26,8% menyatakan Netral (N), 23 responden atau sekitar 23,7% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 2 responden atau sekitar 2,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).
 - xi. Pada pernyataan kesebelas, yang lebih dominan sebanyak 48 responden atau sekitar 49,5% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 25 responden atau sekitar 25,8% menyatakan Netral (N), 22 responden atau sekitar 22,7% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 1 responden atau sekitar 1,0% menyatakan Tidak Setuju (TS), 1 responden atau sekitar 1,0% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS).
 - xii. Pada pernyataan kedua belas, yang lebih dominan sebanyak 51 responden atau sekitar 52,6% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 30 responden atau sekitar 30,9% menyatakan Sangat Setuju (SS), 15 responden atau sekitar 15,5% menyatakan Netral (N), dan 1 responden atau sekitar 1,0% menyatakan Tidak Setuju (TS).

Distribusi jawaban variabel keputusan berkunjung (Y) terdiri dari 6 butir pernyataan dan dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Berkunjung (Y)
Keputusan Berkunjung (Y)**

Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	1	1,0	3	3,1	34	35,1	40	41,2	19	19,6	97	100
2	0	0	1	1,0	30	30,9	45	46,4	21	21,6	97	100
3	0	0	0	0	19	19,6	50	51,5	28	28,9	97	100
4	0	0	2	2,1	33	34,0	45	46,4	17	17,5	97	100
5	0	0	5	5,2	14	14,4	46	47,4	32	33,0	97	100
6	2	2,1	4	4,1	27	27,8	44	45,4	20	21,0	97	100

Sumber : Data diolah di SPSS (2023)

Berdasarkan tabel, maka dapat diketahui bahwa :

- i. Pada pernyataan pertama, yang lebih dominan sebanyak 40 responden atau sekitar 41,2% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 34 responden atau sekitar 35,1% menyatakan Netral (N), 19 responden atau sekitar 19,6% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 3 responden atau sekitar 3,1% menyatakan Tidak Setuju (TS), 1 responden atau sekitar 1,0% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS).
- ii. Pada pernyataan kedua, yang lebih dominan sebanyak 45 responden atau sekitar 46,4% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 30 responden atau sekitar 30,9% menyatakan Netral (N), 21 responden atau sekitar 21,6% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 1 responden atau sekitar 1,0% menyatakan Tidak Setuju (TS).
- iii. Pada pernyataan ketiga, yang lebih dominan sebanyak 50 responden atau sekitar 51,5% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 28 responden atau sekitar 28,9% menyatakan Sangat Setuju (SS), 17 responden atau sekitar 17,5% menyatakan Netral (N), dan 2 responden atau sekitar 2,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).

- menyatakan Sangat Setuju (SS), 19 responden atau sekitar 19,6% menyatakan Netral (N).
- iv. Pada pernyataan keempat, yang lebih dominan sebanyak 45 responden atau sekitar 46,4% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 33 responden atau sekitar 34,0% menyatakan Netral (N), 17 responden atau sekitar 17,5% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 2 responden atau sekitar 2,1% menyatakan Tidak Setuju (TS).
 - v. Pada pernyataan kelima, yang lebih dominan sebanyak 46 responden atau sekitar 47,4% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 32 responden atau sekitar 33,0% menyatakan Sangat Setuju (SS), 14 responden atau sekitar 14,4% menyatakan Netral (N), dan 5 responden atau sekitar 5,2% menyatakan Tidak Setuju (TS).
 - vi. Pada pernyataan enam, yang lebih dominan sebanyak 44 responden atau sekitar 45,4% menyatakan Setuju (S), sedangkan sisanya 27 responden atau sekitar 27,8% menyatakan Netral (N), 20 responden atau sekitar 21,0% menyatakan Sangat Setuju (SS), dan 4 responden atau sekitar 4,1% menyatakan Tidak Setuju (TS), 2 responden atau sekitar 2,1% menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS).

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel 5%	Keterangan
Promosi (X1)	1	0,580	0,361	Valid
	2	0,675	0,361	Valid
	3	0,563	0,361	Valid
	4	0,731	0,361	Valid
	5	0,795	0,361	Valid
	6	0,625	0,361	Valid
	7	0,502	0,361	Valid
	8	0,557	0,361	Valid
Fasilitas (X2)	1	0,682	0,361	Valid
	2	0,385	0,361	Valid
	3	0,560	0,361	Valid
	4	0,632	0,361	Valid
	5	0,556	0,361	Valid
	6	0,529	0,361	Valid
	7	0,682	0,361	Valid
	8	0,632	0,361	Valid
Lokasi (X3)	1	0,799	0,361	Valid
	2	0,705	0,361	Valid
	3	0,825	0,361	Valid
	4	0,709	0,361	Valid
	5	0,611	0,361	Valid
	6	0,521	0,361	Valid
	7	0,744	0,361	Valid

	8	0,493	0,361	Valid
	9	0,758	0,361	Valid
	10	0,512	0,361	Valid
	11	0,867	0,361	Valid
	12	0,611	0,361	Valid
Keputusan Berkunjung (Y)	1	0,869	0,361	Valid
	2	0,860	0,361	Valid
	3	0,548	0,361	Valid
	4	0,864	0,361	Valid
	5	0,869	0,361	Valid
	6	0,488	0,361	Valid

Sumber : Data diolah di SPSS (2023)

Berdasarkan tabel, diketahui bahwa nilai r hitung dari seluruh pernyataan dalam kuisisioner lebih besar dari r-tabel (0,361). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator (promosi, fasilitas, lokasi, dan minat berkunjung) dalam kuisisioner adalah valid.

Reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuisisioner. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuisisioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien Cronbach's Alpha, yaitu :

- Apabila hasil koefisien Alpha > taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuisisioner tersebut reliabel.
- Apabila hasil koefisien Alpha < taraf signifikansi 60% atau 0,6, maka kuisisioner tersebut tidak reliabel.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Promosi (X1)	0,754	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,740	Reliabel
Lokasi (X3)	0,763	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	0,789	Reliabel

Sumber : Data diolah di SPSS (2023)

Berdasarkan tabel, dapat diketahui bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup tinggi, yaitu diatas 0,6. Maka dapat dikatakan masing-masing variabel pada kuisisioner hasilnya reliabel, artinya kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuisisioner yang handal.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.831	4.647		1.901	.060
X1	.154	.069	.228	2.224	.029
X2	.071	.097	.070	.727	.469
X3	.164	.071	.235	2.298	.024

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah di SPSS (2023)

Berdasarkan tabel, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

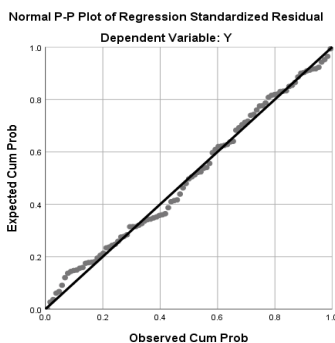
$$Y = 8,831 + 0,154X1 + 0,071X2 + 0,164X3 + e$$

Dari persamaan diatas dapat diartikan beberapa kesimpulan penilaian sebagaimana berikut :

- Nilai konstanta sebesar 8,831 dengan nilai positif ini menunjukkan tingkat konstanta, dimana jika promosi (X1), fasilitas (X2) dan lokasi (X3) = 0, maka minat berkunjung akan semakin tinggi.
- Koefisien regresi variabel promosi (X1) bernilai positif sebesar 0,154 berpengaruh secara positif terhadap minat berkunjung (Y).
- Koefisien regresi variabel fasilitas (X2) bernilai positif sebesar 0,071 berpengaruh secara positif terhadap minat berkunjung (Y).
- Koefisien regresi variabel lokasi (X3) bernilai positif sebesar 0,164 berpengaruh secara positif terhadap minat berkunjung (Y).

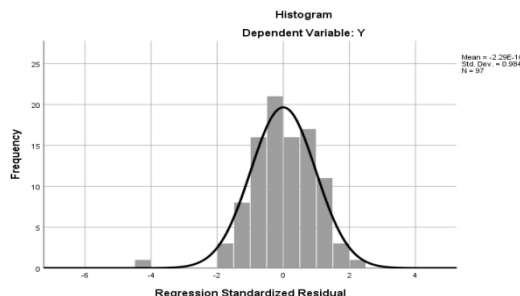
Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas



Gambar Gambar P-P Plot

Berdasarkan gambar grafik P-Plotnya menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah disepanjang garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Berikut adalah gambar grafik histogram sebagai data pendukung untuk uji normalitas :



Gambar Gambar Grafik Histogram

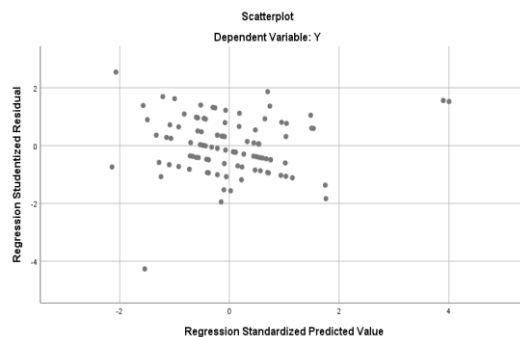
Sementara pada gambar berikutnya, merupakan pengujian normalitas dengan pendekatan histogram terlihat dengan bentuk lonceng terbalik. Ini menunjukkan bahwa kurva berbentuk kurva normal, sehingga data berdistribusi normal. Uji normalitas yang biasa digunakan selain PP Plots dan Histogram yang lainnya adalah Uji Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan diterima, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P > 0,05$). Sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($P < 0,05$), maka data akan ditolak. Berikut adalah tabel hasil Uji Normalitas yang disimpulkan di bawah ini :

Tabel Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	2.17462619
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
 - d. This is a lower bound of the true significance.
- Sumber : Data diolah di SPSS (2023)

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar Grafik Scatterplot

Berdasarkan pada gambar tersebut menunjukkan titik-titik menyebar secara acak dan tersebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga layak untuk digunakan dalam pengujian.

c. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.831	4.647		1.901	.060		
	PROMOSI	.154	.069	.228	2.224	.029	.875	1.143
	FASILITAS	.071	.097	.070	.727	.469	.984	1.016
	LOKASI	.164	.071	.235	2.298	.024	.884	1.131

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : Data diolah di SPSS (2023)

Berdasarkan hasil tabel dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki nilai *tolerance* diatas 0,100 dan nilai VIF dibawah 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Hipotesis

Tabel Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.831	4.647		1.901	.060		
	PROMOSI	.154	.069	.228	2.224	.029	.875	1.143
	FASILITAS	.071	.097	.070	.727	.469	.984	1.016
	LOKASI	.164	.071	.235	2.298	.024	.884	1.131

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG

Sumber : Data diolah di SPSS

Berdasarkan tabel, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

- i. Promosi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Berdasarkan uji t pada tabel 4.16 diketahui bahwa nilai t_{hitung} (2,224) yang lebih besar dari t_{tabel} (2,224 > 1,665) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,029 < 0,05$. Ini berarti bahwa Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung menunjukkan bahwa hipotesis (H_{a1}) yang diterima.
- ii. Fasilitas (X_2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.16 diketahui bahwa nilai t_{hitung} (0,727) yang lebih kecil dari t_{tabel} (0,727 < 1,665) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,469 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung menunjukkan bahwa hipotesis (H_{02}) diterima.
- iii. Lokasi (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.16 diketahui bahwa nilai t_{hitung} (2.298) yang lebih besar dari t_{tabel} (2,298 > 1,665) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung menunjukkan bahwa hipotesis (H_{a3}) diterima.

a. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75.336	3	25.112	5.144	.002 ^b
	Residual	453.984	93	4.882		
	Total	529.320	96			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data diolah di SPSS (2023)

Dari hasil uji simultan pada tabel, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 5,144 dengan signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Dengan ini signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama promosi, fasilitas dan lokasi mempunyai pengaruh simultan yang positif terhadap keputusan berkunjung.

Hasil Uji Determinasi (R_2)

**Tabel Hasil Uji Determinasi (R_2)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.377 ^a	.142	.115	2.209

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah di SPSS (2023)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,142. Hal ini berarti 14,2% variasi variabel Keputusan berkunjung (Y) ditentukan oleh variabel independen yaitu Promosi (X_1), Fasilitas (X_2) dan Lokasi (X_3). Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Hasil menunjukkan bahwa pada tabel 4.13 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,224 lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,224 > 1,665$) dan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil $0,029 < 0,05$ yang artinya bahwa Promosi pada event jalan sehat 1000 langkah di Kota Gunungsitoli tahun 2023 berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung. Promosi merupakan serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang suatu *event* yang akan diselenggarakan dan juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas (Wardani dalam Yolanda, 2018 : 93). Begitu halnya dengan *event* Jalan Sehat 1000 Langkah di Kota Gunungsitoli tahun 2023, promosi yang dilakukan yakni dengan menggunakan media spanduk, baliho, brosur, *facebook* dan Instagram dapat mempengaruhi ataupun mengikat pikiran masyarakat yang berkunjung ke *event* tersebut.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil dari penelitian yang dilakukan pada pengunjung event Jalan Sehat 1000 Langkah di Kota Gunungsitoli tahun 2023 dengan jumlah responden 97 orang menunjukkan bahwa Fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada event jalan sehat 1000 langkah tahun 2023 dapat dilihat pada tabel 4.13 dimana diperoleh nilai t_{hitung} (0,727) yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($0,727 < 1,665$) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,469 > 0,05$. Berdasarkan penyebaran kuisioner yang dilakukan

oleh peneliti, sebagian besar dari hasil distribusi jawaban responden pada variabel fasilitas (X2) yakni mendominasi setuju (S) dan netral (N). Selain itu berdasarkan observasi yang dilakukan sebagian besar pengunjung yang datang pada *event* tidak berada di *venue* acara, tetapi pengunjung ikut serta untuk melakukan jalan sehat, hal ini menyebabkan fasilitas yang disediakan penyelenggara tidak terlalu dibutuhkan oleh pengunjung yang datang.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil menunjukkan bahwa tabel 4.13 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,298 lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,298 > 1,665$) dan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil $0,024 < 0,05$ yang artinya lokasi pada *event* jalan sehat 1000 langkah berpengaruh terhadap minat berkunjung. Menurut Lupiyoadi dalam Astuti (2022 : 40) Lokasi sebagai tempat untuk melayani pengunjung dan dapat di artikan juga sebagai tempat untuk menjangkau pengunjung untuk datang ke lokasi tersebut. Lokasi berpengaruh secara signifikan dapat dilihat dari distribusi jawaban responden mendominasi setuju (S) dan sangat setuju (SS). Secara observasi langsung hal yang dapat disimpulkan peneliti bahwa lokasi strategis yang memudahkan pengunjung untuk datang yang dimana pengunjung di dominasi oleh masyarakat kota gunungsitoli. Selain itu *venue* acara mudah diakses oleh kendaraan roda dua maupun roda empat.

Pengaruh Promosi, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, fasilitas dan lokasi berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan berkunjung pada *event* jalan sehat 1000 langkah di kota gunungsitoli tahun 2023. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian uji F simultan pada tabel 4.14 nilai F_{hitung} sebesar 5,144 lebih besar dari F_{tabel} yaitu $5,144 > 3,093$ dengan signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ yang berarti bahwa promosi, fasilitas dan lokasi secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung pada event jalan sehat 1000 langkah di kota gunungsitoli tahun 2023.

SIMPULAN

1. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada *Event* Jalan Sehat 1000 Langkah di Kota Gunungsitoli tahun 2023.
2. Fasilitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada *Event* Jalan Sehat 1000 Langkah di Kota Gunungsitoli tahun 2023.
3. Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada *Event* Jalan Sehat 1000 Langkah di Kota Gunungsitoli tahun 2023.
4. Dari hasil penelitian secara simultan disimpulkan bahwa Promosi, Fasilitas dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung Pada Event Jalan Sehat 1000 Langkah di Kota Gunungsitoli Tahun 2023
5. Persamaan regresi linier berganda untuk penelitian ini adalah:
$$Y = 8,831 + 0,154X_1 + 0,071X_2 + 0,164X_3 + e$$

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Reni Nur. (2018). "Pengaruh Promosi Kafe Sobahollic Di Instagram Terhadap Minat Berkunjung" Skripsi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
- Astuti, Sintia.(2022). "Pengaruh Harga, Lokasi Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Mepet Sawah Di Desa Pematang Sikek Kec. Rimba Melintang Kab. Rokan Hilir Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah". Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Dewi, S. P., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Net Profit Margin dan Return on Assets terhadap Harga Saham pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Guntara, Sangga Pijar (2021). "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Seragam Futsal Pada Toko Fokus Konveksi di Pekan Baru. Skripsi Universitas islam Riau
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Malau, Harman (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional*
- Nissa, Ardiyan Fakrun.(2019). "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bri Syariah Ponorogo" Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Noor, Any.(2013). *Manajemen Event Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta
- Repi, Oktavia Winny.,dkk. (2020). "Pengaruh Bauran Promosi, Kesadaran Merek Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 8, No (4): Hal. 110-119*
- Sugiyono, P. D.(2020). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploitatif, Enterpretif Dan Konstruktif*. Edited By Y. Suryandari. Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa (Yogyakarta: Andi, 2018)*, 46.
- Wardani, Dharu Kusuma.Patricia Diana Paramita danMaria M. Minarsih(2016),Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Repurchase Itention (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Ntronik Lintas Nusantara Semarang),*Journal of Management Universitas Pandanaran, Vol.02 No.02, Maret 2016, Semarang*.
- Wirata, I.N.(2018). *Evaluasi Event Festival Danau Batur Kintamani di Kabupaten Bangli : Analisis Kebijakan di Bidang Pariwisata Budaya*.*Jurnal Kepariwisata Vol 15, No 2, Hal 8-17*.