

Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan

Tesa Celonika Simanjuntak¹, Nursiah²

^{1,2} Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan

e-mail: tesasimanjuntak6@gmail.com¹, nursiahmustari05@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan. Populasi penelitian ini adalah Wisatawan Tjong A Fie *Mansion*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Jenis data yang diambil adalah primer dan sekunder. Data diolah dengan SPSS dan dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fasilitas dan Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Tjong A Fie *Mansion* dengan nilai t_{hitung} fasilitas sebesar 13,763 dan promosi sebesar 10,314. Secara simultan fasilitas dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($283,321 > 3,09$) dan keseluruhan variabel fasilitas dan promosi mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan sebesar 85,1% dan sisanya 14,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: *Keputusan Berkunjung, Promosi, Fasilitas*

Abstract

This study aims to determine the effect of facilities and promotions on visiting decisions of Tjong A Fie Mansion Medan tourists. The population of this study were Tjong A Fie Mansion Tourists, with a sample size of 100 respondents. The types of data taken are primary and secondary. The data was processed with SPSS and analyzed with multiple linear regression. The results showed that facilities and promotions partially had a positive and significant effect on visiting decisions of Tjong A Fie Mansion tourists with a t_{count} value of 13.763 facilities and 10.314 promotions. Simultaneously, facilities and promotions have a positive and significant effect on visiting decisions with a value of $F_{count} > F_{table}$ ($283.321 > 3.09$) and the overall facility and promotion variables influence tourist visiting decisions by 85.1% and the remaining 14.9% is influenced by other factors.

Keywords: *Visiting Decisions, Promotion, Facilities*

PENDAHULUAN

Kota Medan merupakan kota metropolitan yang menjadi pintu gerbang masuknya para wisatawan baik mancanegara maupun lokal ke Provinsi Sumatera Utara. Banyak objek wisata yang sudah dikembangkan di provinsi baik di kota Medan maupun di berbagai kabupatennya. Kota yang terdiri dari berbagai suku, bahasa dan budaya ini akan menarik kedatangan wisatawan ke objek-objek pariwisata tersebut dan akan membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Sumatera Utara.

Masyarakat Kota Medan berlatar belakang budaya multikultur yang terdiri dari berbagai etnis, seperti Jawa, Melayu, Batak, Minangkabau, Cina, India, dan sebagainya. Secara historis, pada tahun 1918 tercatat bahwa Medan dihuni 43.826 jiwa, diantaranya yaitu 409 orang berketurunan Eropa, 35.009 berketurunan Indonesia, 8.269 berketurunan Tionghoa, dan 139 lainnya berasal dari ras Timur lainnya (Nurhaiza, 2015: 43).

Salah satu etnis yang berperan dalam pembangunan Kota Medan adalah etnis Cina. Etnis ini tinggal secara berkelompok di suatu kawasan (kuarter) pecinan, yaitu di Kesawan. Kesawan saat itu dihuni oleh penduduk dengan karakter etnis Tionghoa, sehingga didominasi oleh rumah-rumah toko etnis Tionghoa dengan model arsitektur neoklasik dan renaissance. Salah satu bangunan yang ada di kawasan ini adalah Rumah Tjong A Fie yang memiliki karakter bangunan rumah tinggal dengan tipologi bangunan yang berbeda dari lingkungan disekitarnya. Rumah Tjong A Fie dibangun oleh seorang Mayor berkebangsaan Cina bernama Tjong A Fie yang sangat berpengaruh dan berperan besar dalam sejarah Kota Medan. Kejayaan Tjong A Fie tergambar pada rumah dan beberapa properti yang dibangunnya di Sumatera dan Cina. Rumah Tjong A Fie adalah salah satu bangunan yang dianggap terbesar dan rumah tinggal yang sangat mewah di Indonesia saat itu yang memperlihatkan nilai-nilai historis, budaya, dan pengetahuan yang dimilikinya serta menjadi salah satu bangunan yang dilindungi sebagai artefak warisan sejarah Kota Medan (Nurhaiza, 2015: 43).

Destinasi wisata yang bagus harus mampu menyediakan fasilitas wisata yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung untuk memberikan kemudahan dan memenuhi kebutuhan mereka selama berkunjung. Fasilitas wisata merupakan suatu sarana dan prasarana yang disediakan oleh pengelola wisata untuk dapat digunakan oleh wisatawan. Tjong A Fie *Mansion* memiliki beberapa fasilitas yang disediakan bagi pengunjung seperti parkir motor, loket untuk memesan tiket, tersedia toilet, pemandu wisata, dan souvenir.

Selain fasilitas, promosi juga merupakan salah satu faktor keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya. Promosi adalah elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali wisatawan pada suatu objek wisata (Bulan dan Azmi, 2019: 317). Objek wisata Tjong A Fie *Mansion* menggunakan *platform* media sosial untuk kegiatan promosi yaitu *instagram* dan *website* Tjong A Fie *Mansion*.

Dalam penelitian Sulistryorini yang dikutip oleh Sidabutar, dkk (2022: 213), dapat diketahui pentingnya fasilitas dan promosi terhadap keputusan berkunjung adalah dapat mempengaruhi jumlah keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata.

Para wisatawan tentu akan mencari dan memilih destinasi wisata sesuai dengan kebutuhan mereka untuk dapat memuaskan dirinya dengan melalui beberapa pertimbangan. Oleh karena itu, pengelola tempat wisata harus memahami permintaan pasar dan faktor-faktor apa yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan. Berikut adalah data jumlah kunjungan wisatawan selama 5 tahun terakhir.

Tabel Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik Tjong A Fie Mansion

No.	Tahun	Jumlah
1	2018	22.843
2	2019	24.251
3	2020	128
4	2021	8.232
5	2022	14.178
Jumlah		69.632

Sumber: Pengelola Tjong A Fie Mansion, 2023.

Tabel menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan domestik yang berkunjung di Tjong A Fie Mansion Medan mengalami peningkatan dan penurunan, dimana pada tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2018, akan tetapi pada tahun 2020 kunjungan wisatawan mengalami penurunan pengunjung yang signifikan. Pandemi Covid-19 merubah paradigma perilaku wisatawan dalam pengambilan keputusan. Apa yang sebelumnya dianggap biasa menjadi tidak berlaku lagi pada masa pandemi Covid-19. Meningkatnya kecemasan akan tertularnya virus, kerusakan fisik, dan isolasi sosial mempengaruhi pikiran, perasaan dan perilaku wisatawan (Andriani, dkk, 2021: 118). Oleh karena itu, jumlah wisatawan pada tahun 2020 mengalami penurunan yang diakibatkan pandemi Covid-19. Namun pada tahun 2021 dan tahun 2022 juga masih mengalami penurunan pengunjung dibandingkan pada tahun 2018 dan tahun 2019.

Berdasarkan hasil pengamatan awal yang dilakukan dapat dilihat bahwa ada beberapa hambatan yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke Tjong A Fie Mansion Medan yaitu dari segi fasilitas dan promosi yang dilakukan. Dalam meningkatkan jumlah pengunjung, destinasi wisata Tjong A Fie Mansion Medan menyediakan beberapa fasilitas, namun ada beberapa yang manfaatnya belum dirasakan pengunjung secara maksimal, seperti lahan parkir yang kurang hanya tersedia area parkir motor sehingga untuk kendaraan lain harus di jalan raya, tidak tersedia *restaurant/café* , tidak ada *wifi*, tidak ada petunjuk rute yang jelas untuk mengelilingi Tjong A Fie Mansion, tidak ada keterangan setiap ruangan di Tjong A Fie Mansion, dan tidak ada tempat penitipan barang untuk wisatawan.

Selain fasilitas, promosi yang dilakukan pengelola Tjong A Fie Mansion Medan juga belum maksimal. Platform yang digunakan tidak *update*, tidak ada konten, tidak ada info kegiatan atau acara di Tjong A Fie Mansion. Walaupun menggunakan platform media sosial seperti *instagram* sebagai sarana promosi akan tetapi banyak dari pengunjung yang berkunjung ke Tjong A Fie Mansion justru mengetahui wisata tersebut bukan dari media sosial tetapi dari mulut ke mulut.

Berdasarkan fenomena tersebut, dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai masalah ini untuk mengetahui “Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan”.

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan.

METODE

Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada objek wisata Tjong A Fie *Mansion* Medan yang terletak di Jl. Jend. Ahmad Yani No.105, Kesawan, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Penelitian dilakukan selama lebih kurang satu bulan mulai dari Juni 2023.

Skala Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2018: 69), berdasarkan hubungan antarvariabel, maka dalam sebuah penelitian variabel bisa dikelompokkan menjadi:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)
Variabel Bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Fasilitas (X_1) dan Promosi (X_2).
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)
Variabel Terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Berkunjung (Y). Defenisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya.

Menurut Sugiyono (2018: 146), Skala *Likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023 sehingga yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua wisatawan domestik yang berkunjung ke Tjong A Fie *Mansion* Medan dengan jumlah diambil dari data terakhir yaitu tahun 2022 sebanyak 14.178 pengunjung. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan teknik pengambilan sampel *Purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini yang akan diambil adalah seluruh wisatawan domestik yang berkunjung di Tjong A Fie *Mansion* dengan usia 18-60 Tahun. Untuk menetapkan ukuran sampel pada penelitian ini digunakan rumus Slovin. Dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, didapat jumlah sampel sebanyak 99,29 dibulatkan menjadi 100 responden usia 18-60 tahun yang diambil dari data terakhir wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan.

Jenis dan Sumber Data

Menurut Purwanza, dkk (2022: 12), dalam penelitian kuantitatif, data dapat dikumpulkan dari sumber primer ataupun sekunder.

1. Data Primer, adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden. Pada penelitian ini, data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan.
2. Data Sekunder, adalah data yang tersedia sebelumnya yang dikumpulkan dari sumber-sumber tidak langsung atau tangan kedua misalnya dari sumber-sumber tertulis milik pemerintah atau perpustakaan. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari pengelola Tjong A Fie *Mansion* Medan berupa data yang berhubungan dengan objek penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018: 203), menyatakan bahwa pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara (*interview*), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan cara melakukan observasi dan menyebarkan kuesioner.

1. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan dan ingatan yang berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja dan gejala-gejala alam yang tampak pada objek penelitian. Pada penelitian ini dilakukan observasi dengan mengamati secara langsung objek penelitian, dalam hal ini wisatawan Tjong A Fie *Mansion* dan mencatat semua data yang diperlukan.
2. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang bisa diharapkan dari responden. Responden untuk pengisian kuesioner penelitian ini adalah wisatawan domestik Tjong A Fie *Mansion* Medan dengan rentan usia 18-60 tahun keatas.

Teknik Pengolahan Data

Data yang diperoleh, diolah menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26.

1. Uji Validitas

Uji coba kuesioner melibatkan 30 responden. Menurut Purwanza, dkk (2022: 71), Validitas adalah ukuran untuk menilai apakah alat ukur yang digunakan benar-benar mampu memberikan nilai perubahan yang ingin diukur, bukan mengukur perubahan yang lain. Misalnya, penggaris dan meteran gulung adalah alat yang Valid untuk mengukur panjang sebuah benda. Kemudian cara untuk mengukur validitas adalah dengan mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.

Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah :

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka item kuesioner tersebut valid
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka item kuesioner tersebut tidak valid.

Pengujian validitas menggunakan aplikasi SPSS dan jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor total maka dapat dikatakan alat skor tersebut valid. Hasil uji validitas, (lihat lampiran 5) menunjukkan instrumen peneliti adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Purwanza, dkk (2022: 71), Reliabilitas adalah ukuran untuk menilai apakah alat ukur yang digunakan mampu memberikan nilai pengukuran yang konsisten. Alat ukur yang tidak konsisten akan menghasilkan data yang meragukan. Hasil uji reliabilitas, (lihat lampiran 5) menunjukkan instrumen peneliti adalah reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Syarifuddin dan Saudi (2022: 65), Uji normalitas ialah untuk melihat apakah ada nilai residu normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah model yang memiliki residu dan terdistribusi secara normal. Salah satu teknik uji normalitas adalah menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) dan Analisis Grafik yaitu Normal QQ Plot. Uji K-S, variabel dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,05. Variabel juga dikatakan berdistribusi normal jika pada Normal QQ Plot, titik-titik berada di sekitar garis diagonal (Ghozali yang dikutip oleh Uyun 2022: 126).

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Syarifuddin dan Saudi (2022: 67), Pada uji heteroskedastisitas, peneliti dapat memeriksa apakah terdapat perbedaan yang tidak sama antara residu satu dengan pengamatan lainnya. Salah satu model dari regresi adalah model yang memenuhi syarat bahwa ada kesamaan pada varian antara residu satu dengan pengamatan dan lainnya yang disebut pula dengan homoscedasticity. Bukti dari heteroskedastisitas dapat dibuat melalui penggunaan metode scatterplot dengan memplot nilai prediktif atau z_{pred} dengan nilai sisa atau s_{resid} . Model yang baik adalah model ketika grafik tidak mengandung pola-pola tertentu, seperti berkumpul di tengah, memperbesar, menyempit maupun memperkecil, tes glejser, tes wei maupun tes park dapat digunakan pula sebagai tes statistik.

Salah satu metode uji ini adalah menggunakan teknik Uji Park dan Uji Grafik Plot. Pada Uji park, jika signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Pada Uji Grafik Plot, jika pada grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0

pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi (Uyun dan Yoseanto, 2022: 131).

c. Uji Multikolinieritas

Menurut Syarifuddin dan Saudi (2022: 67), Uji multikolinieritas dirancang guna menentukan apakah ada korelasi tinggi antara variabel independen dengan model regresi linier ganda, apabila ada korelasi tinggi antara variabel independen hubungan dengan variabel independen serta variabel dependen terganggu. Alat statistik umumnya akan digunakan untuk dapat menguji dari gangguan multikolinieritas, alat yang dimaksud ialah *variance inflation factor*. Adanya multikolinieritas ditunjukkan dengan nilai *tolerance* >0,01 atau <10.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali yang dikutip oleh Syarifuddin, 2022: 73). Analisis regresi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Apabila hanya terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka regresi tersebut dinamakan regresi linear sederhana (Juliandi, dkk yang dikutip oleh Syarifuddin, 2022: 73). Sebaliknya, apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas atau variabel terikat, maka disebut regresi linear berganda. Dalam contoh penelitian ini uji regresi linear berganda dilakukan untuk mendapatkan gambaran bagaimana variabel independen yang meliputi CSR, likuiditas, *capital intensity*, dan *inventory intensity* mempengaruhi variabel dependen yaitu agresivitas pajak dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (Ghozali yang dikutip oleh Syarifuddin, 2022: 74).

5. Uji Hipotesis

Sugiyono (2018: 219), uji hipotesis adalah suatu pertanyaan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis yang dijelaskan pada bab sebelumnya diterima atau ditolak.

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Syarifuddin dan Saudi (2022: 80), Uji Koefisien Determinasi adalah perbandingan antara variasi Y yang dijelaskan oleh X_1 dan X_2 secara bersama-sama dibanding dengan variasi total Y. Jika selain X_1 dan X_2 semua variabel di luar model yang diwadahi dalam E dimasukkan ke dalam model, maka R^2 akan bernilai 1. Ini berarti seluruh variasi Y dapat dijelaskan oleh variabel penjelas yang dimasukkan ke dalam model. koefisien determinasi (R^2) merupakan perangkat yang mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen atau dapat pula dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menggunakan nilai koefisien determinasi *Adjusted R-Square* yaitu diantara nol dan satu, nilai yang mendekati nol berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel-

variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan model semakin tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik objek wisata Tjong A Fie *Mansion* Medan berjumlah 100 responden. Berdasarkan 100 responden yang disurvei didapat informasi responden mengenai usia, jenis kelamin, pekerjaan, asal dan transportasi. Gambaran umum responden dapat dilihat sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	18-30	70	70
2.	31-45	19	19
3.	46-60	11	11
	Total	100	100

Sumber: Data Diolah (2023)

Pada Tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden berumur antara 18-30 (70%).

2. Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	45	45
2.	Perempuan	55	55
	Total	100	100

Sumber: Data Diolah (2023)

Pada Tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (55%).

3. Responden berdasarkan pekerjaan

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	36	36
2.	Pegawai Negeri	34	34
3.	Wiraswasta	29	29
4.	Lainnya	1	1
	Total	100	100

Sumber: Data Diolah (2023)

Pada Tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden pelajar atau mahasiswa (36%).

4. Responden berdasarkan asal

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Asal

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Medan	59	59
2.	Pematang Siantar	11	11
3.	Toba	11	11
4.	Samosir	10	10
5.	Karo	8	8
6.	Lainnya	1	1
	Total	100	100

Sumber: Data Diolah (2023)

Pada Tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari medan (59%).

5. Responden berdasarkan transportasi yang digunakan

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Transportasi

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Mobil Pribadi	57	57
2.	Sepeda Motor	23	23
3.	Travel	5	5
4.	Bus	3	3
5.	Lainnya	12	12
	Total	100	100

Sumber: Data Diolah (2023)

Pada Tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan transportasi mobil pribadi (57%). Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung.

Tabel Tanggapan Responden terhadap Fasilitas

Pernyataan	Keterangan										TOTAL	
	SS		S		KS		TS		STS		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Objek Wisata Tjong A Fie Mansion memiliki fasilitas wisata yang lengkap	28	28	33	33	12	12	20	20	7	7	100	100
Objek Wisata Tjong A Fie Mansion Medan bersih	73	73	25	25	2	2	0	0	0	0	100	100
Penataan spot foto di objek wisata Tjong A Fie	77	77	18	18	4	4	1	1	0	0	100	100

<i>Mansion Medan rapi</i>													
Kondisi bangunan di Objek Wisata Tjong A Fie Mansion Medan baik	79	79	16	16	4	4	1	1	0	0	100	100	
<i>Fasilitas wisata di Objek Wisata Tjong A Fie Mansion Medan berfungsi dengan baik</i>													
Tidak mengalami hambatan dalam memesan tiket masuk ke objek wisata Tjong A Fie Mansion Medan	61	61	35	35	3	3	1	1	0	0	100	100	
Tjong A Fie menyediakan tempat parkir untuk berbagai jenis kendaraan	35	35	33	33	20	20	11	11	1	1	100	100	

Sumber: Data Diolah (2023).

Tanggapan responden yang tertera pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada pernyataan pertama, mayoritas responden (61%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan kedua, seluruh responden (98%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan ketiga, mayoritas responden (95%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan keempat, mayoritas responden (95%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan kelima, mayoritas responden (75%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan keenam, seluruh responden (96%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan ketujuh, mayoritas responden (68%) menjawab sangat setuju dan setuju.

Tabel Tanggapan Responden terhadap Promosi

<u>Pernyataan</u>	<u>Keterangan</u>										<u>TOTAL</u>	
	<u>SS</u>		<u>S</u>		<u>KS</u>		<u>TS</u>		<u>STS</u>		<u>F</u>	<u>%</u>
	<u>F</u>	<u>%</u>	<u>F</u>	<u>%</u>	<u>F</u>	<u>%</u>	<u>F</u>	<u>%</u>	<u>F</u>	<u>%</u>		
<u>Sering mendapatkan informasi menarik tentang Tjong A Fie Mansion dari sosial media seperti Youtube, Instagram dan Facebook</u>	<u>17</u>	<u>17</u>	<u>46</u>	<u>46</u>	<u>13</u>	<u>13</u>	<u>22</u>	<u>22</u>	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>100</u>	<u>100</u>
<u>Tjong A Fie Mansion sering melakukan promosi melalui kegiatan yang menarik</u>	<u>36</u>	<u>36</u>	<u>43</u>	<u>43</u>	<u>18</u>	<u>18</u>	<u>3</u>	<u>3</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>100</u>	<u>100</u>

Pernyataan	Keterangan										TOTAL	
	SS		S		KS		TS		STS		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Sering mendengar tentang Tjong A Fie dari kerabat dekat dan keluarga yang pernah berkunjung	25	25	52	52	19	19	4	4	0	0	100	100
Informasi Tjong A Fie Mansion lewat sosial media sangat menarik perhatian	49	49	42	42	8	8	1	1	0	0	100	100
Informasi Tjong A Fie Mansion di promosikan dengan jelas dan dapat dimengerti	57	57	40	40	2	2	1	1	0	0	100	100
Peralatan dan perlengkapan Tjong A Fie Mansion yang dipromosikan menarik	46	46	45	45	9	9	0	0	0	0	100	100
Informasi yang diberikan jelas, menarik sesuai dengan kenyataan sehingga berminat untuk berkunjung	59	59	38	38	3	3	0	0	0	0	100	100
Waktu promosi yang dilakukan Tjong A Fie Mansion sudah tepat dan sesuai target yang diharapkan	62	62	36	36	2	2	0	0	0	0	100	100
Informasi yang diberikan pengelola Tjong A Fie Mansion sesuai dengan kebutuhan	61	61	37	37	2	2	0	0	0	0	100	100

Sumber: Data Diolah (2023).

Tanggapan responden yang tertera pada tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa pada pernyataan pertama, mayoritas responden (63%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan kedua, hamper seluruh responden (79%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan ketiga, mayoritas responden (77%) menjawab sangat setuju dan setuju.

Pada pernyataan keempat, mayoritas responden (91%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan kelima, mayoritas responden (97%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan keenam, seluruh responden (91%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan ketujuh, mayoritas responden (97%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan kedelapan, mayoritas responden (98%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan kesembilan, mayoritas responden (98%) menjawab sangat setuju dan setuju.

Tabel Tanggapan Responden terhadap Keputusan Berkunjung

Pernyataan	Keterangan										TOTAL	
	SS		S		KS		TS		STS		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
<u>Objek Wisata Tjong A Fie Mansion menjadi tempat yang cocok sesuai dengan kebutuhan pengunjung</u>	<u>62</u>	<u>62</u>	<u>28</u>	<u>28</u>	<u>8</u>	<u>8</u>	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>100</u>	<u>100</u>
<u>Wisatawan mudah mendapatkan informasi mengenai ketersediaan fasilitas, reservasi dan informasi lain yang lengkap mengenai Objek Wisata Tjong A Fie Mansion melalui media sosial atau internet</u>	<u>57</u>	<u>57</u>	<u>28</u>	<u>28</u>	<u>7</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>8</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>100</u>	<u>100</u>
<u>Lokasi Objek Wisata Tjong A Fie Mansion mudah dijangkau dengan berbagai jenis alat transportasi</u>	<u>54</u>	<u>54</u>	<u>26</u>	<u>26</u>	<u>11</u>	<u>11</u>	<u>9</u>	<u>9</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>100</u>	<u>100</u>
<u>Lokasi Objek Wisata Tjong A Fie Mansion dapat dijangkau dengan kendaraan pribadi dan kendaraan umum</u>	<u>64</u>	<u>64</u>	<u>31</u>	<u>31</u>	<u>3</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>100</u>	<u>100</u>
<u>Waktu tempuh menuju ke Objek Wisata Tjong A Fie Mansion terbilang mudah dan biaya terjangkau</u>	<u>59</u>	<u>59</u>	<u>32</u>	<u>32</u>	<u>8</u>	<u>8</u>	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>100</u>	<u>100</u>
<u>Objek Wisata Tjong A Fie Mansion buka setiap hari</u>	<u>58</u>	<u>58</u>	<u>30</u>	<u>30</u>	<u>10</u>	<u>10</u>	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>100</u>	<u>100</u>
<u>Untuk melakukan perjalanan ke Objek Wisata Tjong A Fie</u>	<u>55</u>	<u>55</u>	<u>31</u>	<u>31</u>	<u>12</u>	<u>12</u>	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>100</u>	<u>100</u>

Pernyataan	Keterangan										TOTAL		
	SS		S		KS		TS		STS		F	%	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
<u>Mansion</u> wisatawan membutuhkan <u>travel agent</u>													
Objek Wisata Tjong A Fie <u>Mansion</u> bekerja sama dengan <u>travel agent</u> untuk memudahkan wisatawan	56	56	37	37	7	7	0	0	0	0	100	100	
Objek Wisata Tjong A Fie <u>Mansion</u> menyediakan berbagai jenis pelayanan seperti pemandu wisata	66	66	24	24	10	10	0	0	0	0	100	100	
Objek Wisata Tjong A Fie <u>Mansion</u> menyediakan pusat Souvenir	71	71	19	19	9	9	1	1	0	0	100	100	

Sumber: Data Diolah (2023).

Tanggapan responden yang tertera pada tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa pada pernyataan pertama, mayoritas responden (90%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan kedua, seluruh responden (85%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan ketiga, mayoritas responden (80%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan keempat, mayoritas responden (95%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan kelima, mayoritas responden (91%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan keenam, seluruh responden (88%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan ketujuh, mayoritas responden (86%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan kedelapan, mayoritas responden (93%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan kesembilan, mayoritas responden (90%) menjawab sangat setuju dan setuju. Pada pernyataan kesepuluh, mayoritas responden (90%) menjawab sangat setuju dan setuju.

Hasil Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

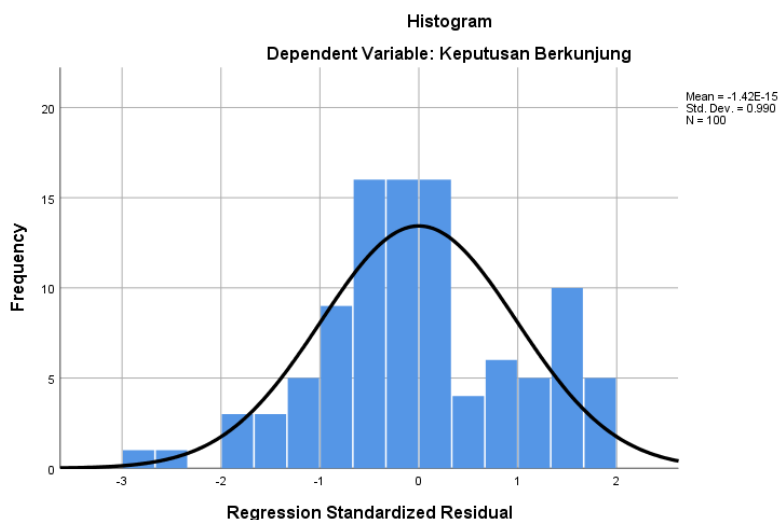
Tabel Hasil Uji Normalitas		
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

	Std. Deviation	1.48417782
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.066
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.115 ^c

Sumber: Data Diolah (2023).

Berdasarkan uji normalitas di atas diketahui nilai signifikansi 0,115 yang artinya lebih besar dari 0,05 maka dapat diketahui nilai residual berdistribusi normal.

Uji normalitas juga dapat mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari grafik histogram yang ada dibawah ini:

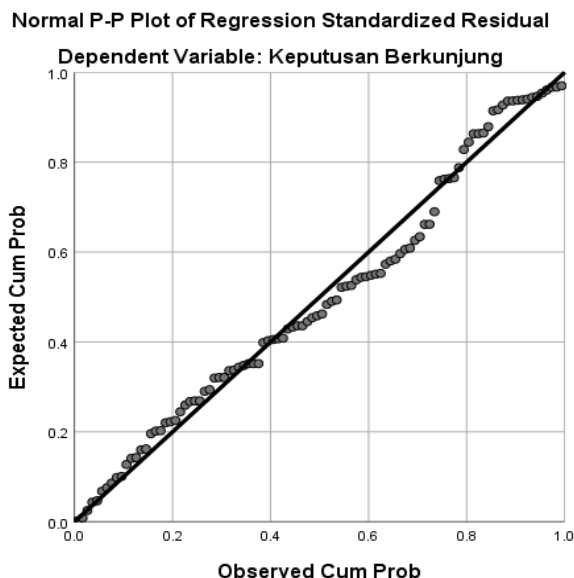


Gambar 1 Grafik Histogram

Sumber: Data Diolah (2023).

Berdasarkan gambar 1 diatas dapat dilihat bahwa grafik histogram menunjukkan pola yang simetris yaitu tidak melenceng ke kiri atau ke kanan, sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Selain menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan histogram, metode lain yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat gambar P-P Plot berikut:



Gambar P-P Plot Normalitas

Sumber: Data Diolah (2023).

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat titik-titik yang terdapat pada gambar p-p plot mengikuti garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi yang normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Fasilitas	0,765	1,307	Tidak Multikolinearitas
Promosi	0,765	1,307	Tidak Multikolinearitas

Sumber: Data Diolah (2023).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai *Tolerance*>0,1 dan nilai VIF menunjukkan nilai yang <10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Fasilitas	0,949	Tidak Heteroskedastisitas
Promosi	0,327	Tidak Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah (2023).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel Hasil Analisis Regresi linear Berganda

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.420	1.601		4.635	.000
	Fasilitas	.661	.048	.611	13.763	.000
	Promosi	.445	.043	.458	10.314	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data Diolah (2023).

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS versi 26, maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 7,420 + 0,661X_1 + 0,445X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3,779 artinya, apabila tidak ada fasilitas dan promosi, hal ini tetap ada keputusan berkunjung.
2. Koefisien regresi variabel Fasilitas bernilai positif sebesar 0,661, ($\beta_1 \neq 0$) maka Fasilitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan, artinya semakin baik Fasilitas yang terdapat di destinasi wisata Tjong A Fie *Mansion* Medan maka semakin meningkat pula jumlah keputusan berkunjung wisatawan.
3. Koefisien regresi variabel Promosi bernilai positif sebesar 0,445, ($\beta_1 \neq 0$) maka Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan, artinya semakin lengkap Promosi yang disediakan di destinasi wisata Tjong A Fie *Mansion* Medan maka semakin meningkat pula jumlah keputusan berkunjung wisatawan.

Uji Hipotesis

1. Uji parsial (Uji-t)

Tabel Hasil Uji Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a			T	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.420	1.601		4.635	.000
	Fasilitas	.661	.048	.611	13.763	.000
	Promosi	.445	.043	.458	10.314	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data Diolah (2023).

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa t sig fasilitas dan promosi:

- 1) Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung karena memiliki nilai t sig 0,00 dibawah 0,05.
- 2) Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung karena memiliki nilai t sig 0,00 dibawah 0,05.

Hasil di atas menunjukkan bahwa:

- a) Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Tjong A Fie *Mansion* Medan.
- b) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Tjong A Fie *Mansion* Medan.

Dengan demikian hipotesis 1 dan 2 dapat diterima.

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1273.924	2	636.962	283.321	.000 ^b
	Residual	218.076	97	2.248		
	Total	1492.000	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Fasilitas						

Sumber: Data Diolah (2023).

Dari hasil uji F pada tabel diatas diperoleh nilai F-hitung sebesar 283,321 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi dibawah 0,05 maka Hipotesis menyatakan bahwa fasilitas dan promosi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hasil diatas menunjukkan bahwa fasilitas dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Tjong A Fie *Mansion* Medan. Dengan demikian, hasil hipotesis 3 dapat diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dilihat dari nilai *Adjusted R Square*. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai *Adjusted R Square* yang rendah berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Hasil uji koefisien determinasi yang dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.924 _a	.854	.851	1.499

a. Predictors: (Constant), Promosi, Fasilitas
b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data Diolah (2023).

Berdasarkan tabel di atas, hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,851. Hal ini berarti 85,1% keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh variabel Fasilitas dan Promosi sedangkan sisanya yaitu 14,9% keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan uji statistik di atas menunjukkan secara parsial dan simultan bahwa fasilitas dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Tjong A Fie *Mansion* Medan. Secara parsial fasilitas dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara simultan pengaruh fasilitas dan promosi sangat signifikan.

Fasilitas wisata merupakan sarana penunjang yang dapat menciptakan rasa menyenangkan yang disertai dengan kemudahan dan pemenuhan kebutuhan pengunjung dalam menikmati objek wisata. Fasilitas yang diinginkan pengunjung untuk mencapai kepuasan adalah fasilitas yang lengkap dengan kondisi yang baik dan terawat serta kemudahan pengunjung menggunakan fasilitas tersebut.

Selain fasilitas, faktor lain yang perlu diperhatikan adalah promosi. Promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu objek wisata. Dilihat dari hasil yang didapatkan dari jawaban responden terhadap promosi yang dilakukan wisata Tjong A Fie *Mansion* Medan, sangat mempengaruhi para responden/wisatawan untuk berkunjung. Hal ini berdasarkan dari frekuensi promosi yang dilakukan untuk menyampaikan informasi menarik tentang wisata Tjong A Fie *Mansion* Medan dengan menggunakan menggunakan media seperti instgram, dan *website*.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu dari yuliani seminari sidabutar (2022), penelitian ini juga sejalan dengan observasi yang peneliti lakukan dan berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan yang menunjukkan fasilitas dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan tentang pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan objek wisata Tjong A Fie *Mansion* Medan, analisis data dan pembahasan bab-bab sebelumnya. Berikut ini kesimpulan yang dapat disajikan:

1. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan.
3. Fasilitas dan Promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Tjong A Fie *Mansion* Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Lis., Mudji Rachmat Ramelan., dan Yuniarti Fihartini. 2021. Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perilaku Konsumsi Pariwisata: Studi Empiris pada Wisatawan Domestik Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 17(3), halaman 1–19.
- Ardiansyah, Yozi., dan Ratnawili. 2021. Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi, dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, 2(2), halaman 1-9.
- Beslar, Vincent Regi., Joyce. S.L.H.V. Lopian., dan Reitty. L. Samadi. 2022. Pengaruh Harga Dan Promosi Pada Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Laut Bunaken. *Jurnal EMBA Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), halaman 1–11.
- Bulan, Tengku Putri., dan M. Lutfi Azmi. 2019. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), halaman 1-13.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen*. Surabaya: Deepublish.
- Fitriani, Anggi., Regina Nurfitriyani Anissa., Yosef Abdul Ghani., dan Asep Dedy. 2022. Pengaruh Promosi Digital Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Desa Wisata Bunihayu Kabupaten Subang. *Jurnal Manajemen Jasa*, 2(2), halaman 1–11.
- Isdarmanto. 2018. *Pengembangan Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Kusmiati, Yopi. 2020. *Komunikasi Pariwisata Pagaralam (Tinjauan Humas Pemerintah)*. Medan: FBS Unimed Press.
- Nurhaiza. 2015. Kajian Organisasi Ruang Pada Bangunan Rumah Tjong A Fie Berdasarkan Kaidah Arsitektur Cina. *Jurnal Arsitekno*, 5(5), halaman 42-52.
- Purwanza, Sena Wahyu., Aditya Wardhana., Ainul Mufidah., Yuniarti Reny Renggo., Ardianus Kabubu Hudang., Jan Setiawan., Darwin., Atik Badiah., Siskha Putri Sayekti., Maya Fadlilah., Rambu Luba Kata Respati Nugrohowardhani., Amruddin., Gazi Saloom., Tati Hardiyani., Santalia Banne Tondok., Retno Dewi Prisusanti., dan Rasinus. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Rahayu, Sri., dan Megasari Gusandra Saragih. 2022. *Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*. Medan: Tunga Esti.
- Samosir, Martha Theresia., dan Tri Utari Ismayuni. 2023. Pengaruh fasilitas dan promosi terhadap minat pengunjung di Pantai Bali Lestari Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Gema Wiralodra*, 14(1), halaman 1–9.
- Saragih, Megasari Gusandra., Elfitra Desy Surya., dan Mesra B. 2021. *Kajian Dasar Pariwisata*. Medan: Andalan Bintang Ghonim.
- Sembiring, Santi Jesica., Hedona Ivana Tampubolon., dan Jumjuma. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Cabin/Belltent The Kaldera Toba Nomadic Escape (Toba Samosir). *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 3(1), halaman 1–11.
- Sidabutar, Yuliani Seminari., Rismawati., dan Enda Yunita S. 2022. Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Wisata Pantai Indah Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 3(1), halaman 1–13.
- Simbolon, Sasnita., Riandani Rezki Prana., dan Husni Mubarak. 2022. Pengaruh Promosi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang. *Journal of Management and Economics Research*, 1(1), halaman 1–7.
- Sirait, Helena., dan Khafi Puddin. 2018. Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal PLANS: Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), halaman 1-8.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutiksno, Dian Utami., Erika Revida., Muhammad Munsarif Hengki MP. Simarmata., Didin Hadi Saputra., Agung Purnomo Acai Sudirman., Sisca., Darmawan Napitupulu., dan Sukarman Purba. 2020. *Tourism Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Suwena, Ketut dan Gusti Ngurah Widyatmaja. 2017. *Pengetahuan Dasar ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pusaka Larasan.
- Syarifuddin., dan Ibnu Al Saudi. 2022. *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center.
- Taan, Hapsawati. Zulfia K. Abdussamad., dan Indra Palangka. 2020. Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Di Grand Q Hotel Kota Gorontalo. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 2(2), halaman 1-13.
- Uyun, Muhamad., dan Baquandi Lutvi Yoseanto. 2022. *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.