



---

## PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN FASILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG OBJEK WISATA PEMANDIAN PANDAN SILI DESA.NGAMPUNGAN KEC.BARENG KAB.JOMBANG

**Sri Wahyuningsih**

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasyim Asy'ari

**Rohmad Prio Santoso**

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasyim Asy'ari

Alamat:

Korespondensi penulis: [sriwahyunin103@gmail.com](mailto:sriwahyunin103@gmail.com)

**Abstract.** *The purpose of this study was to determine the effect of marketing initiatives on tourist interest in visiting the Pandan Sili Bathing Object in Ngampungan Village, Bareng Jombang Regency. Quantitative approach was applied in this study. incidental sampling locations in this study, which used a probability sampling approach. The results of this study state that: (1) The impact of promotional strategies on Pandan sili Baths has an impact on visiting interest (2) Facilities at Pandan sili Baths have a positive and significant impact on visiting interest (3) promotional strategies and facilities simultaneously have a significant effect on visiting interest in Pandan sili Baths Village.Ngampungan Kec.Bareng Kab.Jombang.*

**Keywords:** *Promotion Strategy, facilities, interest in visiting*

**Abstrak.** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak strategi pemasaran terhadap preferensi wisatawan ke Objek Wisata Pemandian Pandan Sili di Desa Ngampungan, Kabupaten Bareng Jombang. pendekatan kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini . lokasi pengambilan sampel aksidental dalam penelitian ini, yang menggunakan pendekatan sampling probabilitas .Hasil penelitian ini menyatakan bahwa: (1) Dampak strategi promosi pada Pemandian Pandan sili berdampak terhadap minat berkunjung (2) Fasilitas pada Pemandian Pandan sili berdampak positif dan signifikan untuk tujuan visitasi (3) rencana perbaikan dan fasilitas sekaligus berdampak signifikan terhadap tujuan visitasi Pemandian Pandan sili Desa. Ngampungan Kec.Bareng Kab.Jombang.

**Kata kunci:** *Strategi Prmosi, fasilitas, minat berkunjung.*

### LATAR BELAKANG

Semua orang pasti setuju bahwa pariwisata adalah industri yang mendunia yang memenuhi kebutuhan manusia dalam skala global. Karena dapat berfungsi sebagai industri sektor unggulan yang dapat memperkuat perekonomian daerah, perkembangan industri pariwisata itu sendiri memiliki dampak yang cukup besar bagi pertumbuhan

---

Received Agustus 3, 2023; Revised September 2, 2023; Oktober 2, 2023

Sri Wjyuningsih, [sriwahyunin103@gmail.com](mailto:sriwahyunin103@gmail.com)

daerah di sekitar destinasi wisata. Karena bisnis pariwisata yang berkembang dapat menjadi mesin ekonomi yang dapat berkontribusi pada kemakmuran masyarakat, maka pemasaran pariwisata dipandang memiliki dampak yang signifikan. Semua elemen pariwisata yang dialami wisatawan dapat dianggap sebagai produk industri pariwisata, dan layanan ini ditawarkan oleh agen perjalanan untuk mendukung semua kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata. (Suryani et al.,2017).

Salah satu cara dalam meningkatkan industri pariwisata adalah dengan jalan mempromosikan tempat wisata ke baik fasilitasnya dan keindahannya sehingga dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan. Menurut Asdi dan Hernita dkk (2019).

Di Desa Ngampungan, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang, terdapat sebuah wahana wisata air yang bernama Pemandian Pandisili. Industri pariwisata tahun 2020 saat ini mulai berkembang, dengan fasilitas yang lebih baik. Sudah cukup banyak Pengunjung baik dari keduanya dalam maupun luar hadir di dalam dan di luar hadir di Jombang, perkiraan dalam sehari waktu musim liburan bisa mencapai 300 pengunjung, sedangkan kalau waktu hari hari biasa sekitar 30 sampai 50 pengunjung perharinya. Pemandian Pandan sili situs-situs ini berfungsi sebagai tujuan wisata dan tempat rekreasi, tetapi juga memiliki makna budaya dan sejarah yang dapat digunakan sebagai contoh dan ciri khas. kolam ini mempunyai sumber mata air sendiri, kolam ini juga merupakan peninggalan Belanda. Pada masa penjajahan Belanda di tempat tersebut terdapat pabrik karet sehingga kolam tersebut digunakan untuk keperluan pabrik karet, selain itu sumber air nya juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan pejabat pemerintah dari Belanda. Otoritas desa akhirnya merenovasi kolam dengan menggunakan peninggalan bersejarah ini. melalui anggaran desa yang dikelola oleh BUMDes setempat, sehingga sampai saat ini menjadi ikon wisata desa di kecamatan Bareng khususnya di Desa Ngampungan. Obyek wisata hal ini memiliki banyak potensi untuk dikembangkan sehingga dapat menarik banyak penonton, baik di dalam kota dan maupun dari luar kota itu. Manajemen yang baik diperlukan hingga saat ini untuk mengembangkan dan memajukan kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata ini.

## **KAJIAN TEORITIS**

Aspek penting dalam meningkatkan jumlah kunjungan adalah promosi. Terdapat berbagai aspek promosi yang dapat membantu keinginan masyarakat terhadap atraksi pariwisata. Salah satu peningkatan tersebut adalah melalui pemasaran, sementara Tussyadiah dan Fesenmaier (Liu 2016) juga dapat menjadi sumber informasi wisata bagi pengunjung lain yang ingin merencanakan kunjungan. Atraksi wisata yang dihasilkan dapat diiklankan dan disediakan untuk masyarakat umum melalui media sosial dan langsung kepada pelanggan dengan bantuan kegiatan promosi ini.

Sangat menarik bagaimana gambar dan foto digunakan dalam pemasaran pariwisata. Salah satu komponen yang mendukung tingkat produksi dan konsumsi adalah gambar. Akehurst (Martnez 2014) menyatakan hal ini. Wisatawan sekarang

sering kali lebih dapat percaya pada pandangan, lukisan, dan komentar pengunjung yang lain dibandingkan dengan tersedianya informasi wisata. Karena orang-orang yang menggunakan media sosial tanpa disadari terpengaruh oleh materi yang mereka konsumsi, keputusan perjalanan yang dibuat oleh pengunjung dapat bervariasi. Instagram adalah salah satu contoh platform jejaring sosial dengan fitur berbagi foto. Awalnya hanya digunakan untuk fotografi online, Instagram semakin banyak digunakan untuk informasi, pemasaran, promosi, dan pengiriman barang dan jasa. (Hoffman & Novak; Doolin & Sweeney 2015).

Rencana promosi adalah upaya untuk membuat tempat wisata lebih memikat dan memberi tahu calon wisatawan di Pandan Sili tentang tempat wisata dan barang-barang wisata saat ini. Pariwisata diprediksi akan meningkat sebagai hasil dari iklan yang agresif. Langkah pertama dalam promosi adalah komunikasi persuasif untuk menarik perhatian orang, yang pada akhirnya berubah menjadi keinginan untuk berkunjung. Menyelenggarakan event, pameran, dan pertunjukan atraksi seni budaya merupakan bentuk pemasaran tambahan, selain peta pariwisata, buku panduan, brosur, leaflet, dan internet (Areks & Nadjib, dkk. 2015). Dalam penelitian ini, strategi pemasaran yang meliputi hubungan masyarakat, promosi penjualan, dan periklanan berdampak pada minat wisatawan terhadap wisata budaya pesta adat Erau (Indriastuty, N. 2020).

Bauran promosi terdiri dari beberapa hal berikut ini, pendapat Kotler dan Keller (2012) dalam (Mu'arif & Suryawardani, 2017):

- 1) Iklan
- 2) Promosi berbagai Penjualan
- 3) Masyarakat tercantum dalam urutan tersebut
- 4) Penjualan mandiri
- 5) Pemasaran online dan pemasaran langsung

## **METODE PENELITIAN**

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap kuantitas pengunjung Pemandian Pandan Sili, maka teknik penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan berbasis populasi harian di Desa Ngampungan Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang sebanyak 150 pengunjung. Oleh karena itu, populasi penelitian adalah pengunjung Pemandian Pandan Sili yang berjumlah 150 orang setiap harinya. Saat penelitian dalam penelitian kuantitatif, instrumen dapat digunakan untuk mengumpulkan data dan menghitung signifikansi variabel yang telah diteliti. Berikut ini adalah metode penelitian pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian ini:

1. Observasi

2. Wawancara

3. Kuesioner

Dimana kuesioner ini mengacu pada skala penilaian responden 1-4, dimana skala pilihan yaitu:

Tabel. 1. Skor Skala Likert

No.	Jawaban	Penilaian (skor)
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Selain itu, mengumpulkan data seperti variabel dan jenis responden, tabulasi data sebagai variabel untuk semua responden, penggalan data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah dimiliki. Disarankan dan akan melalui uji sebagai berikut :

1. Pengamatan yang baik
2. Tes kepercayaan
3. Pengujian hipotesis klasik
4. Analisis regresi berganda on line
5. Uji pemikiran Anda

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Wisata Pemandian Pandan sili

Wisata Pemandian Pandan sili orang menyebutnya. Salah satu unggulannya adalah adanya kolam renang dan sumber air Pandan sili yang mempunyai nilai sejarah Belanda. Kolam ini dibangun sejak kolonial Belanda. Wisata Pemandian Pandan sili memiliki mata air Pandan sili yang sangat jernih dan sejuk. Selain itu, ditemukannya situs batu lesung, peninggalan jaman kuno yang diambil dan diamankan oleh organisasi Turonggo Seno pada 14 April 2019 dan diserahkan ke pemerintah desa pada 29 Maret 2020.

Wisata Pemandian Pandan sili pemandian ini dapat ditemukan di Desa Ngampungan, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Bagaimana menuju ke

Pemandian Pandan Sili dari Kota Jombang. Tergantung lokasinya, dibutuhkan waktu 30-45 menit perjalanan dengan menggunakan kendaraan atau sepeda motor. kondisi lalu lintas dan kecepatan kendaraan. Memasuki area wisata, pengunjung dimanjakan dengan berbagai fasilitas pujasera dengan harga terjangkau, seperti pujasera, bakso, mie ayam, rujak cingur, gado-gado, nasi tahu, nasi pecel, minuman hangat dan dingin.

Kenudian peneliti melakukan beberapa pengujian data untuk menunjang ke validitasan penelitian ini.

### Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi, keandalan, atau hasil dari tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel yang disediakan.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reabilitas Strategi promosi**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	5

Sumber : Hasil Olah SPSS, 2023

Konstruk pernyataan yang merupakan variabel strategi promosi dengan nilai alpha Cronbach 0.823 yang memiliki skor lebih besar dari 0,70 menunjukkan bahwa variabel tersebut merupakan variabel yang reliabel. Berdasarkan pengujian, konstruk atau variabel dianggap reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2018).

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Reabilitas Fasilitas**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	6

Sumber : Hasil Olah SPSS, 2023

Cronbach's Alpha yaitu 0.826, yang mengimplikasikan bahwa nilai tersebut lebih tinggi dari 0.70, seperti yang dapat dilihat dari tabel di atas. Sehingga peneliti dapat menyimpulkan demikian perusahaan yang fleksibel dalam membangun arah dapat diandalkan. Berdasarkan pengujian, suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. (Ghozali, 2018).

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Reabilitas Minat Berkunjung**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	6

Sumber : Hasil Olah SPSS, 2023

Sesuai tabel di atas, Cronbach's Alpha adalah 0.803, menunjukkan bahwa skor angka ini lebih dari 0.70. Sesuai hal tersebut dikatakan ternyata konstruk pernyataan yang diwakili oleh variabel minat berkunjung dapat dipercaya.

Menurut pengujian, konstruksi atau modifikasi dianggap dapat dipercaya Jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2018). Setiap nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,7 menurut hasil uji reliabilitas faktor strategi periklanan dan fasilitas terhadap minat berkunjung. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa rencana pemasaran dan fasilitas dapat dipercaya.

### Uji Asumsi Klasik

- **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien atau residual suatu model regresi berdistribusi normal. Contoh yang baik harus mendistribusikan sisanya, yang mana uji normalitas bertujuan untuk menilai (Ghozali, 2018).

Tabel 5  
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40501196
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.140
	Negative	-.129
Kolmogorov-Smirnov Z		.766
Asymp. Sig. (2-tailed)		.600

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Hasil skor output SPSS menunjukkan nilai  $0,600 > 0,05$  berdasarkan temuan uji normalitas yang telah disebutkan di atas dengan menggunakan Kalmogorof-Sminov. Oleh karena itu, nilai residual diasumsikan terdistribusi secara normal (Ghozali, 2018).

- **Uji Multikolieniritas**

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel bebas dengan variabel digunakan uji multikolinearitas. Seharusnya tidak ada hubungan antara variabel independen dan kecocokan model regresi.

Studi toleransi nilai dan faktor inflasi varians (VIF ) digunakan untuk memperjelas apakah terdapat multikolinearitas dalam regresi. Karena  $VIF = 1 / \text{toleransi}$ , nilai toleransi yang lebih rendah sama dengan angka VIF yang lebih tinggi. Nilai ambang batas 0,10 atau 10 adalah nilai ambang batas umum digunakan untuk menentukan derajat multikolinearitas. (Ghozali, 2018).

**Tabel 6**  
**Uji Multikolieniritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.024	1.778		3.388	.002		
Strategi Promosi(X1)	.239	.113	.283	2.116	.044	.772	1.295
Fasilitas (X2)	.502	.109	.617	4.610	.000	.772	1.295

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

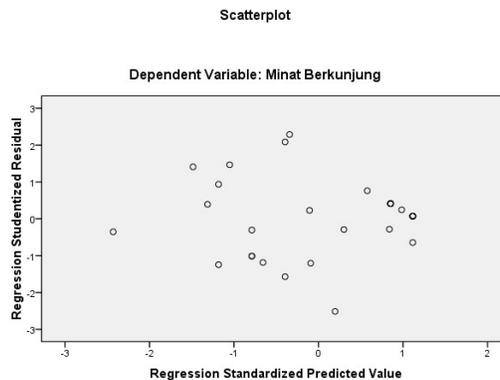
Sumber : Hasil Olah SPSS, 2023

Dari hasil Uji Multikolinearitas di atas, nilai tolerance memperoleh nilai tertinggi 0,772 0,10 menunjukkan bahwa jika tidak terjadi multikolinearitas pada data. Selain itu, perhitungan nilai VIF memberikan hasil sebesar 1,295 yang mengindikasikan tidak adanya multikolinieritas (Ghozali, 2018).

**8.3 Uji Heteroskedastisitas**

Dengan melihat grafik plot, dapat diketahui ada tidaknya heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi apabila tiang tetap , seperti titik -titik yang ada sekarang yang merupakan tiang tetap yang biasa ( bergelombang, melebar , lalu menyempit ). Tidak adanya pola terlihat jelas bahwa cacat menyebar dan kecepatannya melewati sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, yang merupakan hasil uji heteroskedastisitas..

**Gambar 1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Hasil Olah SPSS, 2023

Konten server sepertinya tidak menyebar atau mengikuti pola tertentu. Tidak ada heteroskedastisitas jika nilainya di atas maupun di bawah nol.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh teknik dan fasilitas promosi terhadap variabel dependen (Y), minat berkunjung, adalah variabel independen (X), dan metode yang digunakan untuk menilai ketepatan prediksi pengaruh itu banyak garis regresi. Menggunakan SPSS 25, pengujian dilakukan dan diperoleh hasil yaitu:

Tabel 7  
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.024	1.778		3.388	.002		
Strategi Promosi(X1)	.239	.113	.283	2.116	.044	.772	1.295
Fasilitas (X2)	.502	.109	.617	4.610	.000	.772	1.295

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber : Hasil Olah SPSS, 2023

Dari data yang di peroleh pada Tabel 4.15 di atas dapat kita lihat bahwa hasil pengujian koefisien numerik adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b1.X + b2$$

$$=6,024 +0,239(X1)+0,502(X2)$$

Keterangan :

- 1)  $a = 6,024$   
Jika variabel strategi promosi(x1) dan variabel fasilitas(X2) bernilai 6,024 maka variabel minat berkunjung(Y) sebesar 60,24%
- 2)  $b1 = 0,239$   
Berkorelasi positif dengan nilai koefisien sebesar 0,239, maka minat berkunjung (Y) berhubungan positif dengan nilai koefisien tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat berkunjung (Y) akan tumbuh sebesar 23,9% jika strategi promosi (X1) meningkat 1 satuan.
- 3)  $b2 = 0,502$   
Koefisiennya adalah 0,502, yang berarti bahwa untuk setiap kenaikan 1 pada skor fasilitas (X2), maka akan terjadi kenaikan sebesar 1 unit, dan minat berkunjung (Y) akan meningkat sebesar 50% sementara semua variabel lainnya tetap konstan.

### Uji Hipotesis

- Uji t

Uji t dipakai untuk mengevaluasi pentingnya korelasi antara variabel X dan Y, atau dapat dikatakan bahwa pengujian ini dengan jelas menunjukkan sejauh mana masing-masing memiliki variabel independen terpisah menjelaskan varians dependen. Jika nilai signifikansi dari hasil data adalah 0,05, variabel independen dapat dianggap memiliki

dampak pada variabel dependen. Sebaliknya, variabel independen tidak dianggap memiliki dampak pada variabel dependen yaitu hasil signifikansi  $> 0,05$ .

**Tabel 8**  
**Hasil Uji t (Uji Parsial)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.024	1.778		3.388	.002		
Strategi Promosi(X1)	.239	.113	.283	2.116	.044	.772	1.295
Fasilitas (X2)	.502	.109	.617	4.610	.000	.772	1.295

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber : Hasil Olah SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.16 hasil perhitungan uji t uji parsial maka dapat menjelaskan pengaruh masing-masing dari variabel karakteristik berikut yang memengaruhi minat berkunjung dipengaruhi oleh taktik dan fasilitas periklanan:

Tabel 4.16 memberikan penjelasan mengenai Hasil uji-t atau uji yang menjelaskan bahwa nilai t adalah variabel pengaruh strategi promosi sebesar 2,116 dan nilai signifikan t tabel sebesar  $0,044 > 0,05$ . Oleh sebab itu, dapat dikatakan demikian bahwa variabel pengaruh strategi promosi (X1) secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung, dengan begitu hipotesis H1 terhadap Pengaruh Strategi Promosi (X1) Berdampak terhadap minat pariwisata (Y) diterima.

Nilai t dihitung untuk variabel fasilitas (X2) adalah 4,610, sedangkan t tabel  $Df = n-2 = 28$  dengan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$  dapat digunakan untuk menjelaskan temuan uji t pada tabel 4.16. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa variabel struktural (X2) berdampak secara parsial terhadap minat berkunjung, sehingga hipotesis H2 berhubungan dengan minat berkunjung. (Y) diterima.

Berdasarkan dari hasil analisis dalam melakukan penelitian ini, maka pembahasannya yaitu sebagai berikut:

**1. Dampak strategi promosi terhadap minat berkunjung pada Pemandian Pandan sili Desa.Ngampungan Kec.Bareng Kab.Jombang.**

Berdasarkan hasil hipotesis penelitian ini diketahui strategi promosi secara signifikan mempengaruhi perhatian pengunjung pada Pemandian Pandan sili Desa.Ngampungan. Dari pengolahan data diatas dapat disimpulkan indikator strategi promosi memiliki skor rata-rata tertinggi yaitu 3,5. Dengan sinyal media promosi dan pernyataannya saya menjumpai promosi yang dilakukan oleh Pemandian Pandan sili dari media sosial.

Sedangkan indikator yang memperoleh skor rata-rata nilai terendah pada pendapat saya sering mendapatkan promosi dari Pemandian Pandan sili mendekati momen weekend (liburan) dengan skor 3,06, walaupun wisata Pemandian Pandan sili telah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi namun diharapkan pengelola bisa membuat suatu konten promosi untuk memperbarui isi media sosial Setidaknya seminggu sekali, atau jika ada acara khusus, sering-seringlah dan secara teratur.

## **2. Dampak fasilitas terhadap minat wisatawan pada Pemandian Pandan sili Desa.Ngampungan Kec.Bareng Kab.Jombang**

Berdasarkan hasil hipotesis menurut penelitian ini, fasilitas secara signifikan mempengaruhi perhatian pengunjung. di Pemandian Pandan sili Desa.Ngampungan Kec.Bareng Kab.Jombang. Dari pengolahan diatas dapat disimpulkan bahwa indikasi fasilitas pendukung memiliki skor rata-rata tertinggi, yaitu 3,56. Dengan indikator fasilitas pendukung dan pernyataannya saya merasa puas dengan sistem keamanan yang dilakukan oleh pengelola Pemandian Pandan sili.

Sedangkan indikator yang memperoleh skor rata-rata nilai terendah pada pendapat saya merasa sarana ibadah di Pemandian Pandan sili teramat dan terjaga dengan skor 3,43, walaupun wisata Pemandian Pandan sili telah menyediakan sarana ibadah tetapi dirasa kurang Untuk membuat wisatawan merasa nyaman, pengelola objek wisata Pemandian Pandan Sili harus bisa secara rutin memperbarui dan merawat fasilitasnya.

## **3. Dampak fasilitas dan taktik periklanan terhadap minat wisatawan Pemandian Pandan sili Desa.Ngampungan Kec.Bareng Kab.Jombang**

Berdasarkan sesuai dengan hasil hipotesis dalam melakukan penelitian ini Penelitian ini menemukan bahwa minat pengunjung Pemandian Pandan Sili dipengaruhi secara signifikan oleh taktik dan fasilitas periklanan . ditemukan bahwa minat pengunjung Pemandian Pandan Sili dipengaruhi secara signifikan oleh taktik dan fasilitas periklanan indikasi fasilitas memiliki skor rata-rata tertinggi , yaitu 3,73 % , sesuai dengan pengolahan yang dijelaskan di atas.. Dengan indikator daya tarik wisata dan pernyataannya saya merasa tertarik dengan Pemandian Pandan sili karena memiliki sumber air alami untuk digunakan dikolam renang.

Sedangkan indikator yang memperoleh skor rata-rata nilai terendah pada pendapat saya merasa puas dengan kuliner yang ada di Pemandian Pandan sili dengan skor 3,4, walaupun objek wisata Pemandian Pandan sili telah menyediakan pujasera makanan di dalam objek wisata namun tidak cukup untuk memanjakan lidah para pengunjung yang suka berkuliner, sehingga untuk kedepannya diharapkan pihak pengelola dapat menyediakan kuliner khas daerah tersebut, baik yang dapat dinikmati di tempat maupun yang dibawa pulang sebagai oleh oleh.

Secara umum minat berkunjung mempunyai beberapa indikator diantaranya daya tarik wisata, kualitas pelayanan dan kepercayaan, perkiraan dalam sehari waktu musim liburan bisa mencapai 300 pengunjung, sedangkan kalau waktu hari hari biasa sekitar 30 sampai 50 pengunjung perharinya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Temuan temuan daridan analisis data tentang dampak taktik penelitian dan analisis data dan fasilitas terhadap minat tentang dampaknya taktik pemasaran dan fasilitas pada minat pengunjung Pemandian Pandan sili Desa.Ngampungan Kec.Bareng Kab.Jombang, peneliti dapat mengambil kesimpulan yaitu:

1. Strategi promosi memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung pada Pemandian Pandan sili Desa.Ngampungan Kec.Bareng Kab.Jombang
2. Fasilitas berdampak positif terhadap minat para pengunjung pada Pemandian Pandan sili Desa.Ngampungan Kec.Bareng Kab.Jombang
3. Fasilitas dan taktik pemasaran taktik sama - sama memengaruhi minat orang untuk menginap di hotel .keduanya mempengaruhi minat orang untuk menginap di hotel Pemandian Pandan sili Desa.Ngampungan Kec.Bareng Kab.Jombang

### **Saran**

Ada beberapa saran peneliti yang akan diajukan yaitu::

1. Bagi Pengelola
  - a. Bagi pengelola hendaknya memberikan tambahan fasilitas yang sudah ada di Pemandian Pandan sili agar tidak hanya digunakan sekedar berlibur tetapi juga bisa digunakan untuk wisata edukasi.
  - b. Bagi wisatawan agar lebih memperhatikan dan menciptakan hubungan harmonis antar wisatawan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mentaati peraturan yang sudah diberlakukan oleh menejemen.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Pada saat waktu penelitian ini selesai, diharapkan untuk para peserta dapat melakukan penelitian dengan menggunakan studi ini adalah lain di masa mendatang, setelah itu diantisipasi bahwa para peserta akan mampu melakukan penelitian dengan metode lain di masa depan . Kemudian dengan menggunakan variabel lain untuk diteliti. Minat berkunjung Pemandian Pandan sili tidak hanya dipengaruhi oleh strategi promosi dan fasilitas. Tetapi minat berkunjung juga diyakini dipengaruhi oleh elemen tambahan. Investigasi mungkin melihat elemen lain yang dapat meningkatkan minat berkunjung dengan didukung oleh teori-teori oleh penelitian baru.

## DAFTAR REFERENSI

- Anastasia Gustiarini, & Pandin, Y. E. L. (2021). *Peran Media Sosial Terhadap Kompetensi Mahasiswa Ekowisata Unipa Menunjang Promosi Pariwisata Rajaampat*. *Media Wisata*, 19(2), 235–244. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i2.165>
- Ayu Pranita Kusuma dan John Suprihanto, N., Studi Kajian Pariwisata Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, P., & Antropologi Budaya, D. (2020). Halaman 378-390 *Membangun Promosi Pariwisata Melalui Regram Studi Akun Instagram @Indtravel Constructing Tourism Promotion Through Regram Tudy On Instagram Account @Indtravel Heddy Shri Ahimsa-Putra*. 5415. <https://jurnal.ugm.ac.id/kawistara/index>
- Dwi, A., Putri, S., & Farida, N. (n.d.). *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung* (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. X. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di kawasan balkondes borobudur dala m* <https://media.neliti.com/media/publications/489195-none-99bc4a43.pdf>
- Fikri, M. El, Pane, D. N., & Siregar, N. (2019). *Memasarkan Objek Pariwisata Kota Medan Melalui Media Sosial Untuk Menaikkan Minat Kunjungan Dan Menghapus Paradigma Negatif*. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 69–79. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hamid, A., & Maarif, M. A. (2010). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Volume Penjualan Pada Cv Karya Abadi Simo Kwagean* (Vol. 6, Issue 1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/35891/27904>
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (n.d.). PARETO: *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Kepariwisataan Kementerian Pariwisata, L. R. (2019). *Aktivasi Promosi Pariwisata Di Media Sosial Sudi Kasus Kabupaten Belitung T A Ta N G R U Sa Ta*. In *Jurnal Sains Terapan Pariwisata* (Vol. 4, Issue 2) <http://e-journalfb.ukdw.ac.id/index.php/jrmb>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/>
- Kurniasari, H., Fianto, A. Y. A., & Candraningrat. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran*, <https://ejournal.stei.ac.id/index.php/ManajemenSTEI/article/view/695>
- Lifska Novalina, 2008. *Peranan Promosi Wisata Di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata* <https://media.neliti.com/media/publications/89736-ID->
- Mulyadi. (2018). *Kepariwisataan dan Perjalanan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada. <https://journal.stp-bandung.ac.id/index.php/jk>
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap* <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/download/1255/772/>