

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN FASILITAS WISATA  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESA WISATA  
CISANDE KABUPATEN SUKABUMI**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Gelar Sarjana Manajemen  
(S.M)*

**RIZKI MAULANA HAMID**  
**20200080065**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS HUKUM DAN PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA**

**2024**

**PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN FASILITAS WISATA  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESA WISATA  
CISANDE KABUPATEN SUKABUMI**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Gelar Sarjana Manajemen  
(S.M)*

**RIZKI MAULANA HAMID**  
**20200080065**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS HUKUM DAN PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA  
2024**

## PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN FASILITAS WISATA  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESA WISATA  
CISANDE KABUPATEN SUKABUMI  
NAMA : RIZKI MAULANA HAMID  
NIM : 20200080065

“Saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, Maka saya bersedia dibatalakan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, 25 Juni 2024



RIZKI MAULANA HAMID

Penulis



## PENGESAHAN SKRIPSI

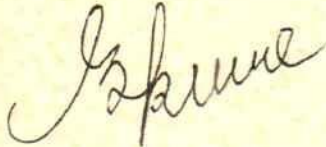
JUDUL : PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN FASILITAS WISATA TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESA WISATA CISANDE  
SUKABUMI

NAMA : RIZKI MAULANA HAMID

NIM : 20200080065

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi pada tanggal 18 Juli 2024. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen.

Dosen Pembimbing I



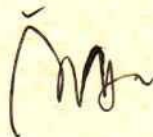
Hj. Hesri Mintawati, M.M, Ph.D  
NIDN: 8955420021

Dosen Pembimbing II



Andri Ardhiyansyah, MBA  
NIDN: 0428049204

Ketua Penguji



Intan Deanida Pratiwi, M.M  
NIDN: 0120230038

Ketua Program Studi Manajemen



Ana Yuliana Jasuni, M.M  
NIDN: 0414079101

PLH. Dekan Fakultas Bisnis Hukum Dan Pendidikan

CSA. Teddy Lesmana, S.H, M.H  
NIDN: 0414058705

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan terima kasih dan saya ucapkan allhamdulillah kepada Allah SWT Atas segala rahmat dan karunia-Nya yang selalu menyertai setiap langkah dalam hidupku. skripsi ini kupersembahkan kepada diriku sendiri.

Kedua Orang Tua Tercinta, Ayah dan Ibu Yang selalu memberikan dukungan moral, material, cinta, dan doa yang tiada henti. Tanpa kalian, aku takkan pernah sampai di titik ini.

Keluarga Besarku Yang selalu memberikan dukungan dan semangat, serta menjadi tempat berbagi suka dan duka.

Dosen Pembimbing, Yang dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan ilmu serta wawasan yang berharga selama proses penyusunan skripsi ini.

Kepada Salma Tsania Anjani yang selalu memberikan support dan membersamai dalam segala situasi saya ucapkan terimakasih

Para Sahabat dan Teman-teman, Yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan kebersamaan dalam menghadapi segala tantangan selama masa kuliah.

Terima kasih untuk segala dukungan, doa, dan kasih sayang yang telah diberikan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi kebanggaan bagi kita semua.



## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, lokasi, dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung ke Desa Wisata Cisande Kabupaten Sukabumi dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Squares (PLS). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 wisatawan yang telah mengunjungi Desa Wisata Cisande Kabupaten Sukabumi. Hasil analisis menunjukkan bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.41, nilai T-statistik 2.76, dan nilai p 0.01. Promosi juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.39, nilai T-statistik 3.35, dan nilai p 0.00. Namun, lokasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.16, nilai T-statistik 1.40, dan nilai p 0.16. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa promosi dan fasilitas wisata adalah faktor utama yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Cisande, sementara lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

**Kata Kunci:** *promosi, lokasi, fasilitas wisata, keputusan berkunjung.*



### **Abstrac**

*This research aims to analyze the influence of promotion, location and tourist facilities on the decision to visit the Cisande Tourism Village, Sukabumi Regency using the Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Squares (PLS) method. This research used a quantitative approach and data was obtained through questionnaires distributed to 100 tourists who had visited the Cisande Tourism Village, Sukabumi Regency. The results of the analysis show that tourist facilities have a significant influence on the decision to visit with a path coefficient value of 0.41, a T-statistic value of 2.76, and a p value of 0.01. Promotion also shows a significant influence with a path coefficient value of 0.39, a T-statistic value of 3.35, and a p value of 0.00. However, location does not have a significant influence on the decision to visit with a path coefficient value of 0.16, a T-statistic value of 1.40, and a p value of 0.16. Based on these findings, it can be concluded that promotion and tourist facilities are the main factors influencing tourists' decisions to visit Cisande Tourism Village, while location does not have a significant influence.*

**Keywords:** *promotion, location, tourist facilities, decision to visit.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi. Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESA WISATA CISANDE KABUPATEN SUKABUMI" yang merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Dan Humaniora, Universitas Nusa Putra Sukabumi.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak yang dengan ikhlas telah memberikan sumbangsinya. Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah memberikan dukungan dan bimbingan dalam menjalankan proses akademik di lingkungan universitas. Terima kasih atas kesempatan yang diberikan untuk kami dapat mengejar ilmu dan menyelesaikan studi kami di bawah naungan universitas yang luhur ini.
2. Wakil rektor 1 bidang akademik atas arahan dan pengawasannya dalam memastikan kualitas akademik yang tinggi di universitas ini. Terima kasih atas dedikasi dan komitmen dalam memastikan kami mendapatkan pendidikan yang berkualitas dan bermanfaat.
3. Kepala program studi manajemen atas bimbingan, nasihat, dan dukungannya selama perjalanan studi kami di program studi ini. Terima kasih atas dedikasi dan upaya dalam membimbing kami menuju pencapaian akademik kami.
4. Dosen pembimbing I, Ibu Hesri Mintawati M.M. Ph.D atas bimbingan, arahan, serta kesabaran yang diberikan dalam membimbing kami dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen pembimbing II, Andri Andriyansyah MBA. atas bimbingan, arahan, serta kesabaran yang diberikan dalam membimbing kami dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen penguji atas kesediaan dan waktu yang telah diberikan untuk menilai serta memberikan masukan yang berharga terhadap skripsi kami. Terima kasih atas kritik, saran, dan pertanyaan yang memperkaya pembahasan skripsi kami dan membantu kami untuk berkembang lebih lanjut.
7. Para dosen program studi manajemen yang telah menjadi sumber inspirasi, pengetahuan, dan motivasi bagi kami selama perjalanan studi kami. Terima kasih atas pembimbingan,



pembelajaran, dan dukungan yang luar biasa dari seluruh staf pengajar program studi manajemen.

8. Kedua Orang tua dan keluarga terutama orang tua dan saudara-saudara, atas doa, dukungan, dan motivasi yang selalu diberikan kepada kami selama proses penulisan skripsi ini.
9. Kepada Salma Tsania Anjani yang selalu memberikan support dan kebersamai dalam segala situasi saya ucapkan terimakasih
10. Para Sahabat Pergerakan dan Teman-teman angkatan 20 wabil khusus anak Manajemen Kelas I dan Pb kesang Tiis azas, iib, riswan, ropik, riki, dikri, henri,angga, Yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan kebersamaan dalam menghadapi segala tantangan selama masa kuliah.



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Maulana Hamid  
NIM : 20200080065  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN FASILITAS WISATA TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESA WISATA CISANDE SUKABUMI

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada tanggal : 28 Juli 2024

Yang Menyatakan



Rizki Maulana Hamid

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN PENULIS .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>iv</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
1.6 Sistematika penulisan.....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	11
2.2. Promosi.....	24
2.3. Lokasi .....	26
2.4. Fasilitas.....	26
2.5. Keputusan Berkunjung.....	27
2.6. Kerangka Berpikir .....	29
2.7. Pengembangan Hipotesis .....	29
2.7.1. Pengaruh Promosi terhadap keputusan Berkunjung .....	29
2.7.2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung .....	29

2.7.3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung .....	30
<b>BAB III.....</b>	<b>31</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian .....	31
3.3 Definisi Operasional.....	32
3.4 Populasi dan Sampel .....	35
3.4.1 Populasi .....	35
3.4.2 Sampel .....	35
3.4.3 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.5 Jenis dan sumber data.....	36
3.6 Metode Analisis Data .....	37
3.6.1. Metode Pengolahan Data dan Analisis Statistik Data.....	37
3.6.2. Uji Validitas .....	37
3.6.3. Model structural atau Inner model .....	38
3.6.4. Pengujian Hipotesis .....	38
<b>BAB IV.....</b>	<b>41</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	41
4.1.1 Karakteristik Domisili.....	41
4.1.2 Karakteristik Jenis Kelamin .....	42
4.1.3 Karakteristik Usia .....	42
4.1.4 Karakteristik Pekerjaan.....	43
4.2 Hasil Analisis .....	43
4.2.1 Analisis Pengukuran Model (Measurement/Outer Model).....	43
4.2.2 Model struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	48
4.2.2.1 SRMR (Standardized Root Mean Square Residual).....	48
4.2.2.2 Koefisien Determinasi (R-Square) .....	49
4.2.2.3 Q_Square .....	49
4.2.3.2 <i>Path Coeffisients</i> .....	51
4.3 Pembahasan.....	51



Wisata Cisande di Sukabumi? .....	51
4.3.2 Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Desa Wisata Cisande di Sukabumi? .....	52
4.3.3 Bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Desa Wisata Cisande di Sukabumi? .....	52
<b>BAB V .....</b>	<b>54</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	54
5.2.1 Saran untuk Desa Wisata Cisande .....	54
5.2.2 Saran untuk Penulis Selanjutnya .....	55
DAFTAR PUSTAKA .....	57
Website .....	60



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah kunjungan wisatawan kota/kab.sukabumi.....	2
Tabel 1. 2 Tabel kunjungan wisata desa cisande 2019 - 2023.....	3
Tabel 1. 3 Tabel fasilitas .....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	31
Tabel 3. 2 Variabel Harga.....	32
Tabel 3. 3 Variabel Lokasi.....	33
Tabel 3. 4 Variabel Fasilitas .....	33
Tabel 3. 5 Varibel Keputusan Berkunjung .....	34
Tabel 3. 6 Skala Likert.....	36
Tabel 4. 1 Karakteristik domisili .....	42
Tabel 4. 2 Karakteristik Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Usia .....	42
Tabel 4. 4 Karakteristik Pekerjaan.....	43
Tabel 4. 5 Nilai Outer Loading .....	44
Tabel 4. 6 Nilai fornell-larcker criterion.....	46
Tabel 4. 7 Nilai AVE (Average Variance Extracted) .....	47
Tabel 4. 8 Nilai Cronbach's Alpha, rho_A dan Composite Reliability .....	48
Tabel 4. 9 Nilai SRMR .....	48
Tabel 4. 10 Nilai R-Square .....	49
Tabel 4. 11 Nilai Q_Square .....	49
Tabel 4. 12 Nilai F-Square.....	50
Tabel 4. 13 Path Coeffisients .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model konseptual.....	29
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden.....	41
Gambar 4. 2 Outer Model.....	44



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia adalah salah satu negara yang paling kaya akan sumber daya alamnya, Dengan destinasi wisata yang tersebar di seluruh wilayah Nusantara. Obyek wisata adalah produk yang ditawarkan oleh penyedia dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial di berbagai wilayah (Sari, 2020). Indonesia suatu negara yang mempunyai tempat yang bagus untuk dikunjungi wisawatawan. Mengunjungi tempat wisata adalah cara untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan masyarakat. Wisata sekarang menjadi bagian dari kehidupan masyarakat oleh karena itu, Jumlah tempat wisata yang semakin meningkat di seluruh penjuru wilayah Nusantara.

Pariwisata memiliki peran penting dalam menggerakkan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan sosial di berbagai kawasan wisata. Destinasi pariwisata merupakan produk yang ditawarkan oleh penyedia jasa menjadi tujuan bagi masyarakat untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan gaya hidup mereka. Negara ini terkenal karena kekayaan alamnya yang melimpah, Keanekaragaman hayatinya yang beragam berbagai destinasi wisata, Peninggalan sejarah dan adat istiadat yang melekat pada masing-masing daerahnya. Untuk menghasilkan peningkatan dalam industri pariwisata setiap elemennya harus dapat dipertahankan dan dikembangkan. Pada saat ini sektor pariwisata kian semakin berkembang pesat dan terus mengalami pertumbuhan yang luar biasa. Akibatnya sektor ini memiliki potensi untuk menciptakan lebih banyak kesempatan kerja (Wahyu & Triani, 2023).

Wisata sekarang sudah menjadi tren dan kebutuhan manusia yang sangat penting meskipun masih merupakan kebutuhan sekunder. Namun, Kegiatan ini sangat membantu menghilangkan kejenuhan dan menyegarkan pikiran serta meningkatkan semangat untuk melakukan rutinitas harian yang padat yang memerlukan banyak waktu atau konsentrasi (Irawan et al., 2021).

Jawa barat adalah satu provinsi di Indonesia yang memiliki begitu banyaknya potensi pariwisata dengan berbagai potensi yang ada di mulai dari potensi Alam, Budaya, Sejarah dan kuliner. Terutama partisipasi provinsi Jawa Barat dalam kegiatan program Kementerian



pariwisata dan ekonomi kreatif (Kemenparekraf) yaitu Anugrah Desa Wisata Indonesia (ADWI) ada 461 Desa Wisata di Jawa Barat salah satunya di Sukabumi yaitu Desa Wisata Cisande (jadesta.kemenparekraf 2024). Konsep pariwisata yang dikenal sebagai "desa wisata" berfokus pada pengembangan potensi wisata di Desa-desa sebagai tujuan wisata yang menarik. Tujuan dari konsep ini adalah untuk mengembangkan dan mempromosikan potensi Alam, Budaya, dan kearifan lokal yang dimiliki sebuah Desa. Sehingga Desa tersebut dapat menjadi Destinasi Wisata yang menarik bagi Wisatawan.

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan kota/kab. Sukabumi

*Sumber : Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Provinsi Jawa Bara 2021-2023.*

Di lihat pada tabel 1.1 Badan Pusat Statistik bahwa Kabupaten Sukabumi dan Kota Sukabumi mengalami peningkatan pengunjung atau wisatawan baik dari wisatawan luar

Kabupaten/Kota	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata (Orang) 2021-2023								
	Wisatawan Manca Negara			Wisatawan Nusantara			Jumlah		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
<b>Sukabumi</b>	277	536	3988	565545	5542305	2763179	565822	5542841	2767167
<b>Kota Sukabumi</b>	0	79	377	72548	145243	405486	72548	145322	405863

maupun wisatawan dalam negeri. Peningkatan signifikan ini tentunya menjadi peluang bagi para perusahaan yang berfokus pada sektor pariwisata .

Kabupaten Sukabumi merupakan wilayah yang mempunyai berbagai wisata alam menakjubkan dari mulai perbukitan alam keindahan pantai nya dan juga berbagai adat istiadat dan budaya yang ada di wilayah sukabumi. Terutama di Desa Wisata Cisande Cicantayan Sukabumi yang mempunyai peluang besar dalam menyambut calon pengunjung nya. Desa wisata adalah aset kepariwisataan yang berbasis pada potensi pedesaan dengan segala keunikan dan daya tariknya yang dapat dipromosikan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik wisatawan ke desa (munafarifana 2021). Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf), Sandiaga Uno, Menyatakan bahwa wisata desa atau wisata pedesaan tengah saat ini menjadi tren pariwisata global. Desa wisata menawarkan pengalaman liburan

yang lebih baru bagi pengunjung. Pengelolaan desa wisata adalah bagian dari program pengembangan pariwisata berkelanjutan di Indonesia. Program ini sesuai dengan RPJMN 2020–2024 dan bertujuan untuk mendorong pertumbuhan pariwisata dan ekonomi nasional (RI 2021).

Desa wisata cisande merupakan desa wisata yang di bangun pada tahun 2019 dan masuk ke dalam kategori desa wisata rintisan. Desa cisande dibentuk oleh suatu masyarakat yang beranggotakan masyarakat Desa Cisande. Pembangunan Desa Wisata Cisande yang masih baru telah berhasil memenangkan kompetisi yang dilaksanakan oleh kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif yaitu anugrah desa wisata cisande indonesia 2021. dari 3.511 Desa Wisata di Indonesia terdapat 1.831 yang ikut berpartisipasi dalam kompetisi ADWI 2021 (kemeparekraf 2021). Desa Wisata Cisande merupakan destinasi wisata yang berbasis edukasi atau pembelajaran terhadap wisatawan sehingga mempunyai nilai tersendiri. Desa wisata cisande memiliki potensi dari sisi edukasi agrowisata seperti budidaya ikan hias dan ikan lele, Menanam padi, Menghias layang-layang dan kegiatan outbond berupa flying fox Panahan, River tubing, dan camping di kawasan camping ground dengan di kelilingi pesawahan dan perbukitan di sekitar Desa Wisata Cisande. Disamping itu Desa Wisata Cisande menyediakan Wisata kuliner, Kerajinan tangan, Rumah produksi mainan, Makanan dan juga minuman. Disisi lain Desa Wisata Cisande juga mempunyai beberapa tantangan karena banyaknya Destinasi Wisata yang baru dan banyaknya persaingan dalam destinasi wisata maka dari itu perlu adanya pembaharuan dalam berbagai aspek.

Tabel 1. 2 Tabel Kunjungan Wisata Desa Cisande 2019 - 2023.

<b>Tahun</b>	<b>Wisatawan Domestik</b>	<b>Wisatawan Mancanegara</b>	<b>Jumlah</b>
<b>2019</b>	339 orang	Tidak ada	339
<b>2020</b>	1.455 orang	Tidak ada	1.455
<b>2021</b>	1.979 orang	Tidak ada	1.979
<b>2022</b>	4.349 orang	Tidak ada	3.204
<b>2023</b>	525 orang	Tidak ada	525
<b>Jumlah</b>	7.502 orang	0	7.502

Sumber: Database Desa Wisata 2024 (data diolah)

Berdasarkan tabel 1.2 dapat di lihat bahwa terdapat kenaikan dari 4 tahun terakhir pada tahunnya. Jumlah wisatawan di tiap tahunnya meningkat namun pada tahun 2023 mengalami penurunan yang lumayan drastis. Pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung menjadi sangat penting bagi pengelola Desa Wisata Cisande dalam meningkatkan daya tarik destinasi dan memperoleh keunggulan bersaing di pasar pariwisata. Dalam konteks ini, Faktor-Faktor yang dapat memengaruhi keputusan berkunjung dapat dikelompokkan menjadi tiga, Yaitu Promosi, Lokasi, dan Fasilitas.

Promosi adalah rangkaian kegiatan dalam pemasaran yang bertujuan meningkatkan pemahaman, Minat, Dan keinginan konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Ini mencakup berbagai teknik komunikasi, Seperti iklan, Promosi penjualan, Hubungan masyarakat, Dan pemasaran langsung, Yang bertujuan mengenalkan, Mempengaruhi, Dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian atau tindakan tertentu. Dengan kata lain, Promosi adalah usaha untuk memperkenalkan atau mengiklankan produk atau jasa kepada pasar target dengan cara yang menarik dan persuasif. Menurut Kartajaya, Promosi merupakan bagian dari pemasaran yang fokus secara persuasif mengkomunikasikan program-program pemasaran kepada calon pelanggan atau target audiens, Dengan tujuan mendorong terjadinya transaksi pertukaran antara perusahaan dan audiens (Agusti et al., 2020).

Promosi merupakan salah satu elemen kunci dalam industri pariwisata untuk menarik perhatian calon wisatawan. Desa Wisata Cisande di Sukabumi memiliki potensi wisata yang beragam, Namun upaya promosi yang kurang memadai dapat menghambat pengetahuan masyarakat luas tentang keberadaan dan daya tarik destinasi tersebut. Jika promosi tidak dilakukan secara efektif melalui berbagai saluran komunikasi, Seperti media sosial, Situs web, Atau brosur, Maka potensi kunjungan wisatawan dapat terbuang percuma.

Lokasi adalah tempat atau letak fisik di mana sesuatu berlangsung atau berada. Dalam konteks bisnis atau properti, lokasi memiliki signifikansi yang besar karena dapat mempengaruhi ketersediaan, kemudahan akses, dan daya tarik suatu area bagi calon konsumen atau pelanggan. Faktor-faktor ini berkontribusi pada kesuksesan bisnis, Penilaian properti, Dan berbagai pertimbangan lainnya. Secara lebih umum konsep lokasi juga dapat

merujuk pada koordinat geografis atau titik tertentu pada peta. Menurut Tjiptono, Lokasi merujuk pada serangkaian aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk menyederhanakan dan memperlancar proses pengiriman atau distribusi barang dan jasa dari produsen kepada konsumen (Yunarsyah et al., 2023).

Lokasi geografis Desa Wisata Cisande juga memegang peranan penting dalam keputusan wisatawan untuk berkunjung. Aksesibilitas menuju destinasi tersebut, Baik melalui transportasi darat, Dapat menjadi faktor penentu. Jika akses menuju desa wisata tersebut sulit, Maka kemungkinan wisatawan untuk berkunjung akan berkurang. Selain itu, keindahan alam sekitar dan keberadaan atraksi wisata lain di sekitar Desa Wisata Cisande juga perlu dipertimbangkan dalam menarik minat wisatawan. Akses jalan menuju lokasi desa wisata cisande dari jalan utama sampai dengan jalan perumahan area desa wisata cisande sekitar 1 kilometer dari jalan utama Cikukulu, Sukabumi-Bogor (sukabumi.id 2023). Untuk ke arah lokasi desa wisata cisande tidak adanya transportasi umum seperti angkot.

Fasilitas wisata merujuk pada sejumlah layanan, Struktur, Dan sarana yang tersedia di tujuan wisata untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan para pengunjung. Ini meliputi tempat tinggal seperti hotel, Tempat menginap, Dan area perkemahan, Bersama dengan area rekreasi seperti taman, Kolam renang, dan lapangan olahraga. Selain itu, Fasilitas wisata juga meliputi tempat makan, Toko suvenir, Pusat informasi, dan sarana transportasi lokal yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman wisata para pengunjung. Menurut Tjiptono (2018:317) di kutip dalam penelitian (Situmorang et al., 2023) Fasilitas adalah aset fisik yang harus tersedia sebelum suatu layanan disajikan kepada konsumen.

Ketersediaan fasilitas wisata yang memadai di Desa Wisata Cisande juga menjadi pertimbangan penting bagi wisatawan. Fasilitas tersebut mencakup akomodasi, Tempat makan, Toilet umum, Area parkir, Dan sarana rekreasi lainnya. Jika fasilitas tersebut kurang memadai atau tidak memenuhi standar kenyamanan wisatawan, Maka hal ini dapat mengurangi daya tarik destinasi wisata tersebut. Dilihat dari pada fasilitas yang ada desa cisande masih kurang dari segi fasilitas wisatawan.

Tabel 1. 3 Tabel fasilitas



No.	Fasilitas yang ada	Keterangan	Fasilitas yang tidak ada	Keterangan
1.	Saung /gazebo	5 unit	Mushola/tempat ibadah	Belom ada /masih menggunakan tempat yang ada
2.	Toilet	4 unit	Tempat parkir	Masih menggunakan tempat sementara
3.	Warung	1 unit	Papan Petunjuk	Tidak ada
4.	Dapur	1 unit		
5.	Kantor	1 unit		
6.	Aula	1 unit		
7.	Coffe shop	1 unit		
8.	Kolam ikan	3 unit		
9.	Camping ground	2 unit		
10.	Kandang sapi	1 unit		
11.	Kandang domba	1 unit		
12.	perpustakaan	1 unit		

*Sumber: Data Desa wisata cisande 2024*

Dengan memperhatikan faktor-faktor di atas, Penelitian mengenai pengaruh Promosi, Lokasi, dan Fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Desa Wisata Cisande di Sukabumi menjadi relevan. Melalui pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan, Pihak terkait dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, Meningkatkan aksesibilitas menuju destinasi wisata, serta meningkatkan kualitas fasilitas wisata guna mendukung pertumbuhan pariwisata dan kesejahteraan masyarakat setempat. oleh karena itu penulis mengambil judul penelitian dengan judul ” PENGARUH PROMOSI, LOKASI, DAN FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESA WISATA CISANDE KABUPATEN SUKABUMI”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Penelitian di Desa Wisata Cisande untuk mempelajari dan memahami alasan mengapa wisatawan memilih untuk mengunjungi Desa Wisata Cisande di kabupaten Sukabumi. Fokus utama penelitian adalah bagaimana Promosi, Lokasi, dan Fasilitas wisata memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi desa wisata Cisande. Penelitian ini akan menganalisis pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap keputusan wisatawan serta mengkaji bagaimana mereka berinteraksi satu sama lain. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak pengelola desa wisata, Seperti pengelola pariwisata, Pemerintah daerah, dan pihak lain yang terlibat dalam pengembangan strategi promosi, Peningkatan pengelolaan lokasi, dan perbaikan fasilitas wisata. Tujuannya adalah untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal di Sukabumi.

## 1.3 Pertanyaan Masalah

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Desa Wisata Cisande di Sukabumi?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Desa Wisata Cisande di sukabumi?
3. Bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Desa Wisata Cisande di Sukabumi?

## 1.4 Batasan Masalah

1. Penelitian ini akan berfokus pada pengaruh promosi, lokasi, dan fasilitas wisata terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Cisande, Sukabumi. Penelitian ini tidak akan membahas faktor lain, Seperti sosial, Budaya, atau ekonomi.
2. Wilayah Penelitian: Penelitian ini akan berfokus secara spesifik pada Desa Wisata Cisande di Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia. Penelitian ini tidak akan melibatkan destinasi wisata lain di luar wilayah tersebut.
3. Variabel Independen: Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari promosi, lokasi, dan fasilitas wisata. Promosi mencakup upaya-upaya pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh pihak terkait untuk memperkenalkan Desa Wisata Cisande kepada calon wisatawan. Lokasi mencakup aksesibilitas dan keberadaan atraksi wisata di

sekitar Desa Wisata Cisande. Fasilitas wisata mencakup ketersediaan akomodasi, restoran, toilet umum, area parkir, dan sarana rekreasi lainnya.

4. Variabel Dependen: Keputusan wisatawan tentang kunjungan ke Desa Wisata Cisande adalah variabel dependen dalam penelitian ini. Keputusan ini mencakup keinginan atau intensi wisatawan untuk mengunjungi Desa Wisata Cisande berdasarkan apa yang mereka pikirkan tentang promosi, lokasi, dan fasilitas wisata yang tersedia.

## 1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Desa Wisata Cisande di Sukabumi. Tujuan ini bertujuan untuk memahami sejauh mana upaya promosi yang dilakukan oleh pihak terkait memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi Desa Wisata Cisande.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Desa Wisata Cisande di Sukabumi. Tujuan ini akan mengeksplorasi bagaimana lokasi geografis Desa Wisata Cisande dan aksesibilitasnya mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Desa Wisata Cisande di Sukabumi. Tujuan ini akan mengevaluasi ketersediaan dan kualitas fasilitas wisata yang tersedia di Desa Wisata Cisande, seperti akomodasi, restoran, toilet umum, dan sarana rekreasi lainnya, serta dampaknya terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung.

## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Kontribusi terhadap Literatur Pariwisata: Penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap literatur pariwisata dengan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang alasan mengapa wisatawan memilih destinasi wisata tertentu, khususnya Desa Wisata Cisande di Sukabumi. Ini dapat membuka jalan bagi penelitian lebih lanjut tentang pariwisata, baik di Indonesia maupun di seluruh dunia.
2. Pengembangan Model Analisis: Penelitian ini dapat memperkaya model analisis yang digunakan dalam memahami perilaku konsumen di industri pariwisata.

Dengan mengidentifikasi pengaruh promosi, lokasi, dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan, penelitian ini dapat menyumbangkan wawasan baru dalam pengembangan model-model analisis yang relevan.

3. Penerapan Teori Perilaku Konsumen: Penelitian ini dapat memperkuat aplikasi teori perilaku konsumen dalam konteks industri pariwisata. Dengan melihat bagaimana faktor-faktor tertentu memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di lingkungan pariwisata.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Pengembangan Strategi Pemasaran: Penelitian ini dapat membantu pihak terkait seperti Dinas Pariwisata, pengelola desa wisata, dan bisnis pariwisata lokal membuat strategi pemasaran yang lebih efektif. Mereka dapat mengalokasikan sumber daya dan membuat kampanye promosi yang lebih efektif dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan.
2. Peningkatan Infrastruktur Pariwisata: Temuan penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengidentifikasi area-area di mana perbaikan infrastruktur pariwisata dibutuhkan, seperti peningkatan aksesibilitas, perbaikan fasilitas wisata, atau pengembangan atraksi tambahan. Hal ini dapat membantu pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lainnya dalam merencanakan investasi yang tepat untuk meningkatkan pengalaman wisatawan.
3. Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Dengan memahami faktor-faktor yang menarik wisatawan untuk berkunjung, penelitian ini dapat membantu dalam membangun ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Pihak terkait dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai landasan untuk mengembangkan pelatihan atau program pengembangan keterampilan bagi warga lokal, serta mempromosikan produk-produk dan layanan lokal yang terkait dengan pariwisata.

### **1.7 Sistematika penulisan**

Untuk memudahkan pembaca ketika melakukan analisis dan bisa mengerti dari dari penelitian yang telah dilakukan, maka dengan ini penulis menetapkan sistematika penulisan dalam bentuk seperti berikut:



**BAB I PENDAHULUAN:** Pada Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI:** Pada Bab ini berisi penelitian terdahulu, landasan teori, pengembangan hipotesis, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

**BAB III METODELOGI PENELITIAN:** Pada Bab ini berisi desain penelitian, subjek, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN:** Pada Bab ini berisikan hasil dan pembahasan penelitian untuk menjawab pertanyaan yang telah dibuat.

**BAB V PENUTUP:** Pada Bab ini berisikan kesimpulan dan saran.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data menggunakan path coefficient pada penelitian mengenai pengaruh promosi, lokasi, dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung pada Desa Wisata Cisande, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. **Pengaruh Fasilitas Wisata:** Fasilitas wisata (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) dengan koefisien jalur sebesar 0.41, nilai T-statistik 2.76, dan nilai p 0.01. Ini menunjukkan bahwa fasilitas wisata yang memadai dan berkualitas memiliki kontribusi yang kuat dan signifikan dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi Desa Wisata Cisande.
2. **Pengaruh Lokasi:** Lokasi (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) dengan koefisien jalur sebesar 0.16, nilai T-statistik 1.40, dan nilai p 0.16. Meskipun lokasi memiliki peran penting, dalam konteks penelitian ini, lokasinya tidak menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung.
3. **Pengaruh Promosi:** Promosi (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) dengan koefisien jalur sebesar 0.39, nilai T-statistik 3.35, dan nilai p 0.00. Ini menegaskan bahwa kegiatan promosi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan minat dan keputusan wisatawan untuk mengunjungi Desa Wisata Cisande.

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1 Saran untuk Desa Wisata Cisande**

1. Peningkatan dan Diversifikasi Fasilitas Wisata

Desa Wisata Cisande perlu meningkatkan kualitas infrastruktur yang ada, seperti jalan, area parkir, dan fasilitas umum seperti toilet dan tempat ibadah. Hal ini penting untuk memastikan kenyamanan wisatawan selama berkunjung. Selain itu, menambahkan atraksi wisata baru seperti wisata petualangan, kebudayaan, dan edukasi dapat menarik minat berbagai segmen pengunjung. Pengelola juga perlu memperbanyak dan meningkatkan

kualitas akomodasi serta fasilitas kuliner untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dengan berbagai preferensi.

## 2. Strategi Promosi yang Lebih Efektif

Promosi yang efektif sangat penting dalam menarik wisatawan. Desa Wisata Cisande dapat memaksimalkan penggunaan media sosial dan website resmi untuk mempromosikan desa wisata, dengan menyajikan konten yang menarik dan informatif. Selain itu, menjalin kerjasama dengan influencer, blogger, dan media massa dapat meningkatkan visibilitas desa wisata ini. Mengadakan acara atau festival rutin juga bisa menjadi cara efektif untuk menarik perhatian wisatawan dan memperkenalkan budaya lokal.

## 3. Perbaikan Aksesibilitas

Akses yang mudah dan jelas menuju Desa Wisata Cisande akan sangat membantu dalam menarik wisatawan. Pengelola desa perlu menyediakan layanan transportasi yang memadai dari pusat kota ke desa wisata. Memasang petunjuk arah yang jelas di berbagai titik strategis juga akan memudahkan wisatawan dalam mencapai lokasi. Selain itu, menyediakan informasi lengkap mengenai rute dan akses ke desa wisata di website resmi dan platform lainnya akan sangat membantu.

## 4. Pelatihan dan Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata akan membawa manfaat besar. Memberikan pelatihan kepada masyarakat lokal mengenai pelayanan pariwisata yang baik, termasuk hospitality, pemanduan wisata, dan bahasa asing, akan meningkatkan kualitas pelayanan. Masyarakat juga dapat didorong untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi pariwisata seperti membuka homestay, toko cenderamata, atau kuliner lokal, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.

### 5.2.2 Saran untuk Penulis Selanjutnya

#### 1. Pendalaman Penelitian:

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi keputusan berkunjung, seperti harga, keamanan, dan reputasi destinasi. Penambahan metode penelitian kualitatif seperti wawancara atau focus group

discussion dapat memberikan wawasan lebih mendalam dari wisatawan tentang pengalaman mereka.

## 2. Perluasan Sampel Penelitian:

Untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif, penulis selanjutnya harus mempertimbangkan peningkatan jumlah sampel dan variasi responden. Memperhatikan berbagai segmen wisatawan, seperti wisatawan lokal dan mancanegara, akan membantu memahami kebutuhan dan preferensi yang berbeda.

## 3. Penggunaan Teknik Analisis Lain:

Menggunakan teknik analisis multivariat seperti Structural Equation Modeling (SEM) dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antar variabel. Selain itu, melakukan analisis perbandingan antara desa wisata yang berbeda dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan destinasi wisata.



## DAFTAR PUSTAKA

- 10090120132, D. D. M., & Halimatusadiah, E. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 4(1), 406–412. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v4i1.11888>
- Agusti, M., Utari, W., & Mardi W, N. (2020). ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL PERANTARA (Studi pada Wisatawan Desa Wisata Energi Migas Teksas Wonocolo di Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 804–818. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.397>
- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan* ..., 180–194. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>
- Amalita, R., & Rahma, T. I. F. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Facebook Pada Mahasiswa/I Uinsu Dengan Structural Equation Modeling. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 9(2), 593–604.
- Burhan, U., & Rosyihuddin, M. (2023). Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen pada Bank BRI Cabang Gresik. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6(3), 529–542. <https://doi.org/10.36815/bisman.v6i3.2908>
- Devi, B. C., Hoyyi, A., & Mukid, M. A. (2015). Analisa Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Pada Layanan Internet Speedy di Kota Semarang Menggunakan Partial Least Square (PLS). *Gaussian*, 4(3), 485–495.
- Haq, Afdal Dinil, Y. (2020). *Kata Kunci : kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi dan keputusan wisatawan Abstrack*. 1, 1–16.
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(1), 85–100. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima/article/view/295>
- HERRERA VILLANUEVA, E. Y. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN STRORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI BRAVO RESTO*. 2017(1), 1–9. <http://190.119.145.154/handle/20.500.12773/11756>
- Heruwansyah. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan, Dan Lokasi Gerai Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tas Eiger Di Kota Bogor. *INA-Rxiv Papers*, 1. <http://dx.doi.org/10.31227/osf.io/gxdaj>
- Hudayah, Syarifah Gani, & Irwan. (2018). Pengaruh sistem informasi penilaian kinerja dan tunjangan tambahan penghasilan terhadap kinerja pegawai. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 50–66. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>



- Iman, C., Sari, F., & Pujiarti, N. (2021). Tinjauan teoritis likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 531–534.
- Indriani, E. (2021). Analisis Efektivitas Implementasi Pembelajaran Daring Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Siswa SMA Kelas X Se-Kecamatan Mranggen Mata Pelajaran PJOK. *Journal of Physical Activity and Sports (JPAS)*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.53869/jpas.v2i1.34>
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Ecopreneur*, 12, 4(2), 122. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1008>
- Jarlest Andini Agustinanda, S. I. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen dengan Uji Deskriptif dan PLS Pada Perusahaan Multifinace. *Jurnal Ekonomi*, 25(3), 413. <https://doi.org/10.24912/je.v25i3.688>
- Listyawati, I. H. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Manajemen Administrasi*, VI(2), 35–44. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/78>
- Mahendra, N. B., & Kemala, Z. (2023). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Di Wana Wisata Batu Kuda Kabupaten Bandung ( the Influence of Tourism Facilities and Prices on Tourist Visit Decision At Wana Wisata Batu Kuda in Bandung District ). *Tourism Scientific Journal*, 2(April), 10–24.
- Maidiana, M. (2021). Penelitian Survey. *ALACRITY: Journal of Education*, 1(2), 20–29. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.23>
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743–755. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.628>
- Mutiara, S. T., Perkasa, D. H., Abdullah, M. A. F., Febrian, W. D., & Purwanto, S. (2024). Kinerja Karyawan: Peran Keadilan Distributif, Keselamatan Kesehatan Kerja (K3) dan Burnout (Studi Kasus pada Karyawan Depa Jakarta). *Jurnal Bina Bangsa Indonesia*, 17(2), 1125–1139.
- Nurchomariyah, U., & Liliyan, A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Ponggok. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 342–355. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>
- Nurmala, N., Sullaida, S., & Damanhur, D. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 73–78. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.861>
- Papilaya, Y., & Kramadibrata, B. S. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap

- Keputusan Pembelian Produk Aerostreet. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 21–35. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i2.1567>
- Pramesti, C. W., & Setyawan, A. A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 714–724.
- Pratama, E. A., Sinadela, S., & Gushendarto, G. (2024). Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Berbasis Akrua, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Studi Kasus Pada Organisasi Perangkat Daerah Provinsi Jambi). *ECOMA: Journal of Economics and Management*, 2(1), 45–57. <https://doi.org/10.55681/ecoma.v2i1.38>
- Pratiwi S, B., & Ristanti, V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Non Bpjs di Klinik Abadi Jaya Depok. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(24), 603–609.
- Prayogi, O. E. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung (Studi Pada Wisatawan Pantai Gemah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2), 20–38.
- Produk, P. K., Merek, D. A. N. C., Kepuasan, T., Pt, P., & Kreasindo, X. (2024). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan pada pt. xander kreasindo. 2022.*
- Putra, U. N. (2023). *J i i h. 1*, 23–27.
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023. *CV. Lentera Ilmu Madani, Juli*, 146.
- Ramadhan, B., & Lailla, N. (2024). Pengaruh Content Marketing, Live Streaming Dan Co-Branding Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Produk Fashion Erigo). *Indonesian Journal of Economics*, 1(2), 99–114.
- Ramilusholikha, S., Muhtarom, A., Cholidah, L. N., Efendy, Y., Nordiawan, D., & Ghofur, A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk , Kualitas Produk , Harga , dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian Anyaman Bambu UMKM Cipta Karya Art Bambu Mandiri Desa Sukolilo ( Metode Partial Least Square ( PLS ) – Structure Equation Modeling. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 8(1), 10–21.
- Richter, L. E., Carlos, A., & Beber, D. M. (n.d.). *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN*.
- Sari, V. F. S. (2020). Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke Obyek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 723–729. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/32109>
- Sarmigi, E., & Parasmala, E. (2021). Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. *Al-Dzahab*, 2(2), 93–105. <https://doi.org/10.32939/dhb.v2i2.946>
- Sastra Millenium, A., Suardana, I. W., & Kusuma Negara, I. M. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Startup Bike Rental

- Bananaz Bali. *Jurnal IPTA*, 9(1), 173. <https://doi.org/10.24843/ipta.2021.v09.i01.p17>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Situmorang, J., Sembiring, R., & Sianturi, J. A. T. P. (2023). Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX (Maret 2023 – Agustus 2023). *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 6, 1–13.
- Trisnawati, R., & Wibisono, N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Ketersediaan Produk Wisata, Citra Destinasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Destinasi Kampung Karuhun Sumedang. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 18(3), 238–247. <https://doi.org/10.31940/jbk.v18i3.238-247>
- Valentina, F. (2023). *Pengaruh Country Of Origin dan Electronic-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Jasa GoFood di Kota Palembang*. 22(1), 1–20. <http://eprints.ukmc.ac.id/9679/%0Ahttp://eprints.ukmc.ac.id/9679/25/EM-2023-1922014-Chapter3.pdf>
- Wahyu, Y. F., & Triani, M. (2023). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di 9 Destinasi Wisata Favorit Kabupaten/Kota Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.24036/jkep.v5i1.14417>
- Wahyuni Amelia, R., & Purnama, T. (2023). Pengaruh Current Ratio Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Return on Assets Pada Pt Ace Hardware Indonesia Tbk Periode Tahun 2012-2021. *JORAPI : Journal of Research and Publication Innovation*, 1(1), 82–88.
- Wisata, B., & Maria, G. O. A. (2020). *sampel anyak 100 wisatawan pel di dilakukan dengan*. 18. <https://doi.org/10.36275/mws>
- Yunarsyah, R. T., Widarko, A., & Khalikussabir. (2023). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisatawan Ledok Amprong di Kabupaten Malang). *E - Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 438–447. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Zaufariyanto, A. M. (2023). *Siti Soeliha*. 2(11), 2517–2534.
- Ayatulloh Michael Musyaffi, Hera Khairunnisa , Dwi Kismayanti Respati. 2021. "KONSEP DASAR STRUCTURAL EQUATION MODEL- PARTIAL LEAST SQUARE (SEM-PLS )." 19.
- jadesta.kemenparekraf. 2024. "jadesta." *peta sebaran desa wisata*, 1.
- kemeparekraf. 2021. "selamat kepada peserta ADWI." 7, desember salasa: 1.
- munafarifana, hisni. 2021. "inilah definisi desa wisata yang di galakan pemerintah dan patut kamu ketahui." september rabu: 2.
- RI, Kemenparekraf/Baparekraf. 2021. "Membangun ekosistem Desa Wisata Bersama Komunitas ." 27, april selasa: 1.
- sukabumi.id. 2023. *Desa Wisata Cisande Sukabumi Tempat Cocok Rekreasi sekaligus edukasi.*, agustus jum'at: 1.