

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI, DAYA TARIK WISATA, DAN FASILITAS

TERHADAP MINAT KUNJUNG KEMBALI WISATAWAN

Studi pada Wisatawan Taman Wisata Alam Posong, Desa Tlahab, Kecamatan Kledung,
Kabupaten Temanggung

Kevin Adisaputra Soegijanto

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: (1) promosi, daya tarik wisata, dan fasilitas secara simultan terhadap minat kunjung kembali wisatawan, (2) promosi, daya tarik wisata, dan fasilitas secara parsial terhadap minat kunjung kembali wisatawan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Taman Wisata Alam Posong. Jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) promosi, daya tarik wisata, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat kunjung kembali wisatawan, (2) secara parsial, promosi dan daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat kunjung kembali wisatawan sedangkan fasilitas berpengaruh terhadap minat kunjung kembali wisatawan.

Kata Kunci: promosi, daya tarik wisata, fasilitas, minat kunjung kembali.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PROMOTION, TOURIST ATTRACTION, AND FACILITY TOWARD TOURIST REVISIT INTENTION

A study on Tourists in Posong Nature Park, Tlahab Village, Kledung Districts, Temanggung Regency

Kevin Adisaputra Soegijanto

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2023

This study aims to determine the effect of: (1) promotion, tourist attraction, and facilities simultaneously on tourist revisit intention, (2) promotion, tourist attraction, and facilities partially affect tourist revisit intention. This type of research is quantitative. The population of this study are all tourists visiting the tourist attraction Posong Nature Park tourist attraction. The number of samples is 100 respondents by distributing questionnaires. The sampling technique used was purposive sampling. The instrument test uses validity and reliability tests. The analysis technique used is multiple linear regression with SPSS software. The results showed that: (1) promotion, tourist attraction, and facilities simultaneously affect the tourist revisit intention, (2) partially, promotion and tourist attraction have no effect on the tourist revisit intention., while the facilities affect the tourist revisit intention.

Keywords: promotion, attraction, facilities, revisit intention