

**ANALISIS PENGARUH PRODUK WISATA,
CITRA DESTINASI DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN
UNTUK MENGUNJUNGI OBJEK WISATA
(Studi pada Objek Wisata Pantai Ujungnegoro
Kabupaten Batang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

BAGAS ANDRIYANTO

NIM. 12010115120010

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2019

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Bagas Andriyanto

Nomor Induk Mahasiswa : 12010115120010

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PRODUK
WISATA, CITRA DESTINASI DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
WISATAWAN UNTUK
MENGUNJUNGI OBJEK WISATA
(Studi pada Objek Wisata Pantai
Ujungnegoro Kabupaten Batang)**

Dosen Pembimbing : Budi Sudaryanto, Drs, MT

Semarang, 10 Juli 2019

Dosen Pembimbing,

(Budi Sudaryanto,Drs, MT.)

NIP. 19580520 198503 1004

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Bagas Andriyanto

Nomor Induk Mahasiswa : 12010115120010

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul usulan Penelitian Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PRODUK
WISATA, CITRA DESTINASI DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
WISATAWAN UNTUK
MENGUNJUNGI OBJEK WISATA
(Studi pada Objek Wisata Pantai
Ujungnegoro Kabupaten Batang)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 19 Juli 2019

Tim Penguji

1. Drs. Budi Sudaryanto, MT (.....)
2. Dr. Harry Soesanto, M.Kes (.....)
3. Dr.E.Hj. Yoestini, M.Si (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Bagas Andriyanto, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Mengunjungi Objek Wisata (Studi Pada Objek Wisata Pantai Ujungnegero Kabupaten Batang)”** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 10 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,

(Bagas Andriyanto)

NIM : 12010115120010

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Kebanggaan yang terbesar bukan karena tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali jatuh ”

-Confusius

“Setiap pekerjaan dapat diselesaikan dengan mudah bila dikerjakan tanpa keengganan”

“ALL OR NOTHING”

Karya ini saya persembahkan untuk :

Keluarga, sahabat, dan semua orang yang sudah mendukung saya serta

Keluarga Besar Manajemen Universitas Diponegoro

ABSTRAK

Kabupaten Batang saat ini sedang berusaha meningkatkan pariwisata. dengan meluncurkannya program “*Visit Batang 2022, Heaven Of Asia*”. Program ini merupakan keseriusan dari pemerintah Kabupaten Batang untuk menggarap potensi wisata yang ada di Batang. Salah satu objek wisata yang saat ini terus dikembangkan adalah Pantai Ujungnegero Namun jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2017 sampai tahun 2018 terjadi penurunan jumlah pengunjung pantai Ujungnegero. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk wisata, citra destinasi dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan untuk mengunjungi objek wisata pantai Ujungnegero, Kabupaten Batang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung pantai Ujungnegero di Kabupaten Batang. dimana teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner, sampel yang diuji sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan *nonprobability sample* dan teknik penentuan *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS 25.

Berdasarkan hasil regresi linear berganda, dalam penelitian ini diperoleh bahwa ketiga variabel independen yang terdiri dari citra destinasi, produk wisata dan promosi menunjukkan hasil yang positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan berkunjung. variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan berkunjung sebesar 48,7%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 51,3% keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : keputusan berkunjung, produk wisata, citra destinasi, promosi

ABSTRACT

Batang Regency is currently trying to increase tourism. with the launch of the program "Visit Batang 2022, Heaven Of Asia". This program is the seriousness of the Batang Regency government to work on the tourism potential in Batang. One of the tourism objects currently being developed is Ujungnegoro Beach. However, the number of tourist visits from 2017 to 2018 has decreased the number of visitors to Ujungnegoro beach. This study aims to analyze the influence of tourism products, destination image and promotion of tourists visiting decisions to visit Ujungnegoro beach attraction, Batang Regency.

The population used in this study were visitors to Ujungnegoro beach in Batang Regency. where data collection techniques are carried out using questionnaires, the samples tested were 100 people with nonprobability sampling technique and the technique for determining accidental sampling. This study uses multiple linear regression analysis techniques using SPSS 25 analysis tools.

Based on the results of multiple linear regression, in this study it was found that the three independent variables consisting of destination images, tourism products and promotions showed positive and significant results both partially and simultaneously on visiting decisions. the independent variable can explain the dependent variable, namely the visiting decision of 48.7%, while the remainder is equal to 51.3% visiting decisions are influenced by other variables outside the variables used in this study.

Keywords : decision to visit, tourism product, destination image, promotion.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan limpahan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Produk Wisata, Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Mengunjungi Objek Wisata (Studi Pada Objek Wisata Pantai Ujungnegoro Kabupaten Batang)” dengan baik dan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, nasihat dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, yaitu :

1. Dr. Suharnomo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
2. Dr. Harjum Muharam, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
3. Drs. Budi Sudaryanto, MT selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta kesabaran dalam proses bimbingan sehingga skripsi dapat terselesaikan
4. Drs. H.,Mochammad Chabachib, MSi.,Akt selaku dosen wali
5. Kedua orang tua yang telah memberikan doa dan semangat kepada penulis selama menyelesaikan skripsi

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh studi.
7. Wahyu Budi Santoso, S.Sos.,M.M selaku kepala Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Batang dan segenap staff dari Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Batang yang telah memberikan izin dan arahan dalam melakukan penelitian di Pantai Ujungnegoro.
8. Sahabat-sahabat saya Eka Sri Sumardani, , Muhammad Rafi, Alana Oktaviola Manggala dan Firman Aji Laksono Terimakasih atas doa, semangat dan masukan yang telah diberikan.
9. Sahabat-sahabat saya “TIGA DEWA” yang telah mewarnai hari-hari penulis dari awal kuliah hingga sekarang
10. Sahabat-sahabat saya Faizah Nur Octavianna, Allyssa Noor Rahmadhania, Denny Osman Junior S., Dwi Andini Setyaning Pratiwi, Alfina Audia Sabastio, Ika Fransiska dan Noor Fikri Muhammad yang telah menemani dan menjadi tempat diskusi di KESMES 2016 dan 2017
11. Muhammad Farhan, Muhammad Bayu Irianto dan Nanang Febriadi S yang menjadi teman mengerjakan di kontrakan dan memotivasi saya untuk lulus
12. SOSMAS BEM FEB Undip 2018 Irza Nanda H., Rina Ingrid Anastasya, Andri Priono, Shofiana Nabila Ilham, Aulisa Lintang Usmandani, Luthfina Nurin Shabrina, Akhibulha Rezky Muhammad,

Indah Febriani, Salsabila Octaviani, Diana Rizki Hapsari, Satria Wibowo, Mohammad Fahmi Bahtiar, dan Johan Pradana. Terima kasih telah memberikan semangat dan belajar bersama di BEM FEB Undip 2018.

13. Teman-Teman saya di Kepeguruan BEM FEB Undip 2018 (Sinektika) dan BEM FEB Undip 2016 (Harmonis) yang senantiasa memberikan semangat, doa, motivasi dan inspirasi.
14. Teman-teman pengurus KESMES 2016 dan KESMES 2017 yang memberikan banyak pembelajaran selama di KESMES.
15. Teman-teman Komisariat GMNI FEB Undip dan GMNI se-Kota Semarang yang memberikan banyak pembelajaran kepada saya
16. Teman-teman S1 Manajemen angkatan 2015 yang telah memberikan pembelajaran dan kenangan kepada penulis selama menempuh studi.
17. Teman-teman KKN TIM II Undip 2018 Kecamatan Bejen, Kabupaten Batang yang memberikan banyak kenangan selama 42 hari.
18. Para responden yang telah meluangkan tenaga dan waktu untuk mengisi kuesioner
19. Kepada semua pihak yang membantu penulis menyelesaikan skripsi dan tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih banyak atas bantuan yang telah diberikan

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari banyak pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 10 Juli 2019

Penulis,

Bagas Andriyanto

NIM. 12010115120010

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Manfaat penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i>	17
2.1.2 Pariwisata	19
2.1.3 Keputusan berkunjung	23
2.1.4 Produk Wisata	29
2.1.5 Citra Destinasi.....	35
2.1.6 Promosi	37
2.2 Penelitian Terdahulu.....	40
2.3 Kerangka Pemikiran	55
2.3.1 Pengembangan Hipotesis	56
2.4 Hipotesis.....	58

BAB III METODE PENELITIAN.....	59
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	59
3.1.1 Variabel Penelitian.....	59
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	59
3.3 Populasi dan Sampel	61
3.4 Jenis dan Sumber Data	63
3.5 Metode Pengumpulan Data	64
3.5.1 Kuesioner	64
3.5.2 Studi Pustaka.....	65
3.6 Metode Analisis Data	66
3.6.1 Uji Instrumen Data.....	66
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	67
3.6.3 Analisis Regresi Berganda	68
3.6.4 Pengujian Hipotesis (Uji Goodness of Fit)	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	73
4.1.1 Deskripsi Objek Wisata Pantai Ujungnegoro	73
4.2 Deskripsi Responden	78
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	80
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	81
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	82
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	83
4.3 Analisa Data	85
4.3.1 Uji Validitas dan Reabilita	85
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	87
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	92
4.3.4 Uji Goodness of Fit	94
4.4 Pembahasan	98
4.4.1 Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung.....	98
4.4.2 Pengaruh Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung	100
4.4.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung.....	101

BAB V PENUTUP.....	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Implikasi Penelitian.....	104
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	104
5.2.2 Impiklasi Manajerial.....	106
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	108
5.4 Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan di Provinsi Jawa Tengah.....	4
Tabel 1.2 Data Jumlah Wisatawan Kabupaten Batang Tahun 2014-2018.....	6
Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Pantai Ujungnegoro Tahun 2014-2018	8
Tabel 2.1 Rincian Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	60
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	82
Tabel 4.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
Tabel 4.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	84
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas	86
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas	87
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Multikolinearitas	88
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Kolmogorov-Smirnov	92
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	93
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	95
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	96
Tabel 4.13 Hasil Uji t	97
Tabel 5.1 Implikasi Manajerial	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan dalam proses Keputusan Pembelian	25
Gambar 2.2 Tahap-Tahap Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Berkunjung.	29
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	55
Gambar 4.1 Pemandangan Pantai Ujungnegoro	73
Gambar 4.2 Pemandangan Pantai Ujungneoro	74
Gambar 4.3 Gerbang Masuk Pantai Ujungnegoro	76
Gambar 4.4 Peta dan Rute Pantai Ujungnegoro	78
Gambar 4.5 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	89
Gambar 4.6 Hasil Pengujian Normalitas melalui Histogram.....	90
Gambar 4.7 Hasil Pengujian Normalitas melalui Scatter Plot	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Ijin Penelitian	116
Lampiran B Kuesioner	118
Lampiran C Data Responden	127
Lampiran D Data Hasil Pengujian	132

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata dewasa ini menjadi bagian dari sebuah kebutuhan hidup manusia. Salah satu aspek psikologis yang mampu menggerakkan untuk melakukan segala aktivitas dan menjadi landasan manusia untuk berusaha. Pemenuhan kebutuhan merupakan tujuan manusia bekerja Suwanto (2009). Kebutuhan itu kemudian dibagi menjadi 3 yaitu kebutuhan yang bersifat primer, kemudian kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier. Kebutuhan akan rekreasi atau hiburan menjadi kebutuhan sekunder yang cukup penting untuk dipenuhi. Kemajuan peradaban membuat manusia saat ini bisa melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lainnya, baik itu antar kota maupun antar negara. Bahkan bisa dengan mudah untuk melakukan perjalanan antar benua dalam waktu yang singkat.

Pariwisata masuk kategori sektor industri hiburan, yang menjadi salah satu tujuan dari individu, kelompok atau masyarakat secara luas untuk memperoleh kesenangan dan kepuasan yang dapat mengurai rasa jenuh dan menjadikan diri lebih segar lagi. Dijelaskan dalam UU No.10/2009 tentang kepariwisataan, bahwa pariwisata itu kegiatan wisata yang didalamnya terdapat berbagai macam kegiatan yang dilengkapi oleh fasilitas dan layanan yang dapat dipenuhi oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah baik daerah maupun pusat.

Perkembangan industri pariwisata menjadi topik yang menarik untuk dibaca, dampak yang diberikan pariwisata bisa dalam hal sosial, budaya dan ekonomi meskipun pariwisata merupakan sektor dengan tingkat kerentanan yang tinggi terhadap perubahan yang terjadi di masyarakat. Hal ini sangat berimbas terhadap besaran dan minat kunjunga wisatawan ke mengunjungi suatu negara, maupun objek wisata yang disediakan Gegel (2006). Indonesia selama beberapa tahun terakhir menjadi salah satu destinasi wisata dunia. Indonesia memiliki banyak potensi pariwisata yang bisa ditawarkan. Alam, warisan budaya, warisan sejarah serta keberagaman etnis dan suku membuat Indonesia begitu dinamis. Setiap daerah di Indonesia mempunyai keunikan dan potensinya masing-masing. Potensi pariwisata ini yang meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung sehingga menyebabkan peningkatan pada kunjungan wisatawan.

Pariwisata menjadi salah satu pilar pendapatan terbesar Indonesia, utamanya dalam sektor non-migas. Pariwisata menepati penerimaan devisa negara paling besar kedua setelah sektor non-migas. Hal ini membuat pariwisata mempunyai peran ekonomi yang besar bagi Indonesia. Sektor pariwisata telah memberi dampak posisi yang signifikan bagi kehidupan masyarakat di Indonesia. Secara ekonomi, pariwisata memberikan peluang pada perluasan usaha dan kesempatan kerja yang lebih luas, peningkatan pendapatan perkapita dan peningkatan devisa negara. Dalam kehidupan sosial masyarakat interaksi sosisa budaya yang terjadi antara wisatawan dan penduduk lokal menyebabkan

perubahan pola hidup didalam kehidupan bermasyarakat dan serta terjadinya integrasi sosial di dalam masyarakat Kotler *et al* (2017).

Jawa Tengah sebagai provinsi yang diketahui sebagai provinsi dengan potensi pariwisata yang mengagumkan. Potensi itu seperti keindahan panorama alam, keragaman sejarah, peninggalan seni dan kebudayaan warisan nenek moyang serta pernah menjadi salah satu pusat kebudayaan Jawa di masa lalu, Jawa Tengah terkenal dengan pelestarian tradisi masyarakat yang masih terus dilakukan sampai saat ini, menjadikan bagian dari karakter dari Jawa Tengah yang dijadikan sebagai salah satu atraksi wisata. Selain wisata budaya dan seni, Jawa Tengah juga mempunyai ragam wisata alam, wisata religi, wisata sejarah, dan wisata edukasi..

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melalui Dinas Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata pada tahun 2013 meluncurkan Program “*Visit Jateng*” yang ditujukan untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung di Jawa Tengah. Program ini sebagai bentuk keseriusan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah untuk memaksimalkan potensi wisata yang terdapat di Jawa Tengah. Pada tahun 2018 tepatnya bulan Agustus 2018 Program “*Visit Jateng*” mampu menarik wisatawan domestik sebesar 41 juta wisatawan dan wisatawan sebesar 718 ribu wisatawan dari target 1,2 juta wisatawan yang berkunjung ke Jawa Tengah.

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan di Provinsi Jawa Tengah, 2011-2017

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	M mancanegara	Domestik	
2011	392.895	21.838.351	22.231.246
2012	372.463	25.240.021	25.612.484
2013	388.143	29.430.609	29.818.752
2014	419.584	29.852.095	30.271.679
2015	375.166	31.432.080	31.807.246
2016	578.924	36.899.776	37.478.700
2017	781.107	40.118.470	40.899.577

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah

2018, data diolah

Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Tengah jumlah wisatawan domestik yang berkunjung ke Jawa Tengah mengalami kenaikan setiap tahunnya, akan tetapi antara tahun 2013-2015 kenaikan jumlah wisatawan tidak terlalu signifikan, namun untuk jumlah wisatawan asing mengalami peningkatan di 3 tahun awal. Penurunan pada jumlah wisatawan domestik terjadi pada tahun 2015 yang kemudian mengalami peningkatan drastis di tahun 2016.

Perkembangan pariwisata di Jawa Tengah salah satunya dipengaruhi oleh kunjungan wisatawan yang terus meningkat. Seiring perkembangan zaman dan

terus bertambahnya jumlah wisatawan, pariwisata berkembang menjadi industri yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku bisnis. Potensi wisata yang Jawa Tengah miliki dipandang sebagai salah satu peluang bisnis untuk dapat mendatangkan profit bagi para pengelola bisnis pariwisata. Karena itu pelaku bisnis pariwisata mulai saling bersaing meningkatkan daya tarik wisata yang dikelola untuk menarik pengunjung untuk datang sehingga meningkatkan pendapatan mereka dan masyarakat sekitar. Dan potensi itu tersebar ke seluruh kabupaten/kota yang berada di Jawa Tengah. Yang didalamnya terdapat Kabupaten Batang.

Kabupaten Batang saat ini sedang berusaha meningkatkan pariwisata. dengan meluncurkannya program "*Visit Batang 2022, Heaven Of Asia*". Program ini merupakan keseriusan dari pemerintah Kabupaten Batang untuk menggarap potensi wisata yang ada di Batang. Kabupaten Batang menyimpan banyak keindahan tempat wisata dengan panorama alam yang menakjubkan dan menjadi tempat favorit tujuan wisata. Batang memiliki kombinasi daerah pantai, dataran rendah dan pegunungan sehingga potensinya sangat besar untuk di kembangkan menjadi agroindustri, agrowisata dan agrobisnis.

Potensi objek wisata yang kini sedang dikembangkan oleh pemerintah Kabupaten Batang untuk menuju industri pariwisata sebagai surganya Asia antara lain wisata "Negeri Di Atas Awan" yang berada di Desa Pranten, Kecamatan Bawang, arung jeram Sungai Pandansari di Kecamatan Warungasem, dan objek wisata Sikuping atau paralayang di Kecamatan Banyuputih, Pemerintah Kabupaten Batang juga memiliki beberapa curug, hampir di setiap Kecamatan di Kabupaten Batang memiliki curug dengan

kertinggian yang bervariasi. Selain mengembangkan potensi baru, pemerintah Kabupaten Batang juga terus terus mengembangkan tempat wisata yang sudah ada. Pengembangan dilakukan untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke Kabupaten Batang,

Tabel 1.2

Data Jumlah Wisatawan Kabupaten Batang Tahun 2014-2018

Obyek wisata	Jumlah Wisatawan Pertahun				
	2014	2015	2016	2017	2018
Kolam Renang Bandar	3.900	16.974	34.135	43.575	60.384
THR Kramat	2,572	1.685	3.730	16.410	27.391
Pantai Jodo	0	0	23.375	22.700	20.000
Pantai Ujungnegero	41.321	61.147	91.739	80.670	76.271
Pantai Sigandu	177.186	239.757	304.966	273.051	258.351
Pagilaran	146.682	81.100	66.700	57.200	87.100
Pantai Celong	0	0	18.100	15.000	13.100
Pemandian Sangu Banyu	0	0	19.000	15.510	9.500
Desa Wisata Metosari	0	0	0	10.730	14.900
Desa Wisata Tubing Pandansari	0	0	0	0	16.200
Total	356.871	400.663	561.745	534.846	583.197

Sumber : BPS Kabupaten Batang 2019, data diolah

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pengunjung wisata yang berkunjung di Kabupaten Batang mengalami fluktuasi jumlah pengunjung yang datang. Pada tahun 2015 pengunjung wisata di Kabupaten Batang mengalami kenaikan

sebanyak 12% dari tahun 2014. Kemudian mengalami kenaikan puncak kenaikan tahun 2016 meningkat secara tajam sebanyak 40% menembus angka 561,745 pengunjung dalam setahun. Pada tahun 2017 mengalami penurunan sebanyak 5%. Yang kemudian mengalami kenaikan lagi pada tahun 2018 sebanyak 9% dari total kunjungan di tahun 2017. Fluktuasi yang terjadi bisa disebabkan banyak faktor. Akan tetapi tren yang ditunjukkan memperlihatkan kinerja pemerintah Kabupaten Batang untuk mengembangkan pariwisata Kabupaten Batang.

Salah satu objek wisata yang saat ini terus dikembangkan adalah Pantai Ujungnegoro. Pantai ini dinamai sesuai dengan desa bertempat pantai tersebut yaitu desa Ujungnegoro yang berada di kecamatan Kandeman, Sekitar 14 km dari pusat Kota Batang, dan hanya berjaran 5 km dari jalan Nasional Pantura Semarang-Jakarta. Selain wisata pantai, Ujungnegoro juga mempunyai tempat wisata religi, yaitu tepatnya salah sebuah pemakaman kecil peninggalan Syeikh Maulana Maghribi, dan disalah satu tebing tingginya juga terdapat gua yang bernama gua Aswatono. Pantai Ujungnegoro memiliki pantai berpasir hitam serta didominasi dengan pantai berkarang di sepanjang pantai. Dan pantai Ujungnegoro juga memiliki spot tinggi di perbukitan yang mengelilinginya. Pantai Ujungnegoro sesuai dengan Kep Bup Batang No. 523/283/2005 yang kemudian diperbaharui dengan Kep Bup Batang No. 523/306/2011 dan Perda Kab. Batang No. 7 Tahun 2011 tentang RTRW Kab. Batang Tahun 2011- 2031 ditetapkan sebagai Kawasan Konservasi Laut Daerah (KKLD). Berdasarkan Kep.29/MEN/2012 Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia pantai Ujungnegoro juga di tetapkan sebagai salah Kawasan Konservasi Pesisir dan Pulau-Pulau kecil.

Tabel 1.3
Jumlah Pengunjung Pantai Ujung Negoro Tahun 2014-2018

Bulan	Jumlah Pengunjung				
	2014	2015	2016	2017	2018
Januari	3.000	5.841	9.730	11.994	9.500
Februari	1.329	2.324	4.900	4.780	2.937
Maret	2.727	4.607	9.841	4.882	3.501
April	3.936	5.564	6.049	4.445	6.121
Mei	4.463	7.347	6.627	6.221	5.211
Juni	4.391	8.357	6.329	1.304	17.188
Juli	1.375	12.131	18.518	24.000	7.623
Agustus	8.765	4.115	6.547	2.659	4.459
September	2.170	3.001	5.598	4.100	3.910
Oktober	2.544	2.231	5.393	5.200	4.550
November	2.774	2.425	5.699	4.200	4.950
Desember	3.847	3.204	6.508	6.885	6.321
Total	41.321	61.147	91.739	80.670	76.271

Sumber : Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Batang 2019, data diolah

Pantai Ujungnegoro merupakan salah satu pantai yang terus mengalami peningkatan dalam jumlah pengunjung yang datang (lihat tabel 1.3). pantai populer setelah pantai Sigandu untuk masyarakat kabupaten Batang. kinerja yang baik ditunjukkan oleh pantai Ujungnegoro selama tahun 2014-2016 yang menunjukkan peningkatan yang signifikan di jumlah pengunjung yang datang, dan tahun 2015 dengan 48% sebanyak 61,147 pengunjung, meningkat dari tahun 2014 yang mencatatkan 41,321. Ditahun 2016 juga mengalami peningkatan 50% sebanyak 91,739. Akan tetapi jumlah itu menurun 12% menjadi 80,670 di tahun 2017 dan terus turun sebanyak 5% menjadi 76,271 pada tahun 2018 . Jika melihat data pengunjung bulanan (tabel 1.3) pantai Ujungnegoro. Pada bulan januari menjadi salah satu bulan yang pengunjungnya paling besar. Karena bertepatan dengan libur tahun baru dan libur semester bagi sekolah. Jumlah tertinggi kunjungan wisatawan ada di bulan agustus pada tahun 2014 menjadi bulan Juli di tahun 2015, 2016, dan 2017 dan menjadi bulan juni pada tahun 2018. Hal ini disebabkan libur lebaran yang setiap tahunnya berubah.

Sesuai dengan data tabel 1.3 kondisi pantai Ujungnegoro peningkatan dan penurunan yang hampir sama dengan kondisi keseluruhan Kabupaten Batang. Penurunan di tahun 2017 dan berlanjut di tahun 2018 merupakan hal yang perlu di perhatikan. Apalagi dengan makin banyak tempat wisata baru di kabupaten Batang yang dibuka menjadi salah satu tantangan untuk pantai Ujungnegoro mempertahankan pengunjungnya. Wisata pantai di kabupaten Batang yang makin beragam juga menjadi ancaman bagi Pantai Ujungnegoro.

Hal tersebut harus mendapat perhatian lebih dari pengelola Pantai Ujungnegoro dalam hal ini Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga.

Salah satu indikator sebuah objek wisata dikatakan berhasil yaitu dengan melihat pertumbuhan jumlah wisatawan yang datang ke tempat wisata tersebut. Dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan, sebuah tempat wisata dengan sendirinya akan mulai berbenah baik itu sarana dan prasarana pendukung objek wisata Camilleri (2018) Tingkat fluktuasi pengunjung yang ada di Pantai Ujungnegoro masih sering terjadi setiap tahunnya. Apalagi jika melihat 2 tahun yaitu 2017-2018 jumlah kunjungan terus menurun. Penurunan jumlah wisatawan yang dialami bisa terjadi karena pengaruh keputusan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata.

Keputusan berkunjung pada dasarnya merupakan keputusan individu yang diambil untuk mengunjungi suatu tempat atau suatu wilayah dengan mempertimbangkan beberapa faktor Jannah (2014). Dalam hal ini wisatawan dapat menentukan keputusan untuk mengunjungi tempat wisata dengan faktor-faktor yang ada. Dimana Keputusan berkunjung konsumen salah satunya terbentuk karena adanya rangsangan dari empat P (*Product, Price, Place dan Promotion*). Konsumen juga mendapatkan rangsangan dari lingkungan konsumen berada. Kotler dan Keller (2016).

Produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan Kotler *et al.* (2017). Produk wisata

menjadi salah satu poin utama utama untuk bisa menarik wisatawan untuk berkunjung ke tujuan tertentu. diversifikasi produk , intensifikasi produk, dan keterkaitan antar produk-produk ini dapat menjadi sangat penting bagi pariwisata Benur and Bramwell (2015) Produk wisata menjadi salah satu obyek yang bisa ditawarkan dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yaitu daya tarik wisata yang di tawarkan, fasilitas penunjang yang dimiliki tempat tujuan wisatawan aksesibilitas suatu tempat wisata Yoeti (2008) semakin tinggi nilai produk yang ditawarkan oleh pengelola kepada wisatawan akan meningkatkan pula wisatawan memutuskan berkunjung Priyanto (2014).

Selain itu citra destinasi juga memiliki andil dalam penentuan keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini karena citra destinasi dapat mempengaruhi proses pemilihan dan evaluasi untuk nantinya akan berniat berkunjung atau tidak Baloglu (2000) citra destinasi sendiri dapat di artikan sebagai sebuah kumpulan kesan terhadap destinasi berdasarkan informasi yang sudah di proses dari bermacam-macam sumber Chiu *et al.*, (2016). Proses pembentuka citra destinasi sangatlah penting didalam proses keputusan berkunjung wisatawan ke destinasi wisata . Hal ini karena citra destinasi dan perilaku wisatawan memiliki hubungan yang erat, sehingga memiliki peran Zang, *et al*, (2011) untuk mempengaruhi persepsi individu terhadap suatu destinasi Galarza *et al*, (2002). Pada penelitian yang dilakukan Baloglu dan McCleary (1999) menemukan bahwa citra destinasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumen, pada khususnya keputusan berkunjung. Memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian dari

Saputri (2018) yang menjelaskan bahawa pengaruh yang diberikan oleh citra dari destinasi berpengaruh tetapi tidak signifikan.

Faktor pendorong yang cukup kuat dalam pengambil keputusan berkunjung wisatawan salah satunya dipengaruhi oleh promosi. Suatu program pemasaran bisa ditentukan keberhasilannya dengan promosi. Dan memiliki berpengaruh yang tinggi terhadap usaha agar dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan Kotler (2004). Sekumpulan keterangan mengenai kelebihan atau keunggulan jasa atau produk yang akan di ditawarkan inilah yang disebut promosi. Promosi difungsikan untuk membujuk konsumen agar menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan Safitarsi (2017). Promosi menjadi salah satu faktor penting sebagai media untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi dan juga membujuk atau meningkatkan sasaran pasar perusahaan untuk bisa membeli, menggunakan menerima, dan loyal terhadap jasa ataupun produk yang ditawarkan oleh perusahaan Mardiyani (2015). Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Safitarsi (2017) dan Mardiyani (2015) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini bisa dimaksimalkan oleh pihak pengelola pantai Ujungnegero dengan memanfaatkan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Batang, melalui "*Batang 2022 : Heaven Of Asia*".

Oleh karena itu berdasarkan uraian di atas, mengingat pentingnya masalah mengenai pengaruh produk wisata, citra destinasi dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan, maka peneliti tertarik memilih judul penelitian :**"Analisis Pengaruh Promosi, Citra Destinasi dan Produk Wisata Terhadap**

Keputusan Berkunjung Wisatawan Untuk Mengunjungi Objek Wisata (Studi pada Objek Wisata Pantai Ujungnegoro Kabupaten Batang) ”.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang sudah dijabarkan. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh pengelola Pantai Ujungnegoro adalah penurunan kunjungan wisatawan Pantai Ujungnegoro yang terjadi selama 2 tahun 2017 dan 2018 dan perbedaaan kunjungan yang tinggi di beberapa bulan tertentu. Masalah yang ada perlu diperhatikan dan dikelola dengan baik. analisis untuk bisa memahami keinginan wisatawan serta hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan terhadap objek wisata perlu dilakukan pengelolaan Pantai Ujungnegoro agar supaya tidak mengalami penurunan jumlah wisatawan dan setiap bulan kunjungan tidak terjadi kesenjangan yang terlalu tinggi di tahun-tahun selanjutnya. Pertanyaan yang akan timbul mengenai hal tersebut adalah “Bagaimana cara untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Ujungnegoro, Kabupaten Batang?”

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian yang dapat dibangun dari penelitian ini adalah :

- a. Apakah produk wisata mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Ujungnegoro ?
- b. Apakah citra destinasi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Ujungnegoro ?

- c. Apakah promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung untuk berkunjung ke Pantai Ujungnegoro

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan yang diperoleh, pertanyaan penelitian yang sudah diuraikan, didapatkan tujuan penelitian adalah :

- a. Untuk menganalisis pengaruh dari produk wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan untuk mengunjungi Pantai Ujungnegoro.
- b. Untuk menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan untuk mengunjungi Pantai Ujungnegoro.
- c. Untuk menganalisis dari pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan untuk mengunjungi Pantai Ujungnegoro.

1.3.2 Manfaat penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan sewajarnya bisa memberikan manfaat untuk pihak-pihak yang memiliki sangkutan atau kepentingan didalam penelitian ini. Adapun manfaat yang dapat diberikan adalah :

- a. Hasil yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan, sedapat mungkin memberikan masukan , serta pertimbangan yang bermaafaat bagi pengelola Pantai Ujungnegoro untuk menjaga dan menaikkan lagi pengunjung yang datang ke Pantai Ujungnegoro.
- b. Penelitian ini sedapat mungkin memberikan masukan serta pertimbangan yang bermaafaat bagi pemerintah daerah dalam proses penentuan arah

kebijakan yang sesuai dan diperuntukan untuk memajukan obyek pariwisata kabupaten Batang, tekhususnya untuk menaikkan lagi jumlah kunjungan ke Pantai Ujungnegoro.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan sebuah gambaran yang mudah dipahami mengenai isi dan meberikan kemudahan didalam pembahasan, penyusunan mengenai infomasi dan materi dari lima bab penelitian disusun dan dilakukan secara sistematis, yaitu :

BAB I : Pendahuluan :

Bab yang terdiri atas latar belakang masalah yang menjadi dasar dari peneliti untuk melakukan penelitian. rumusan mengenai masalah yang didapat, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika dari penelitian

BAB II : Tinjauan Pustaka:

Bab ini berisi mengenai landasan teori yang dijadikan dasar konsep teoritis untuk menganalisis permasalahan yang bersumber dari studi literatur atau pustaka, penelitian terdahulu, kerangka dasar pemikiran, serta hipotesis yang sudah dikembangkan untuk menjawab rumusan masalah.

BAB III Metode Penelitian :

Bab ini terdiri dari variabel yang digunakan di penelitian beserta definisi operasioan dari variabe yang digunakan, populasi dan sampel yang

digunakan untuk penelitian, penjelasan mengenai sumber data yang digunakan untuk penelitian, teknik serta alat analisis yang digunakan untuk menganalisis data

BAB IV Hasil dan Pembahasan :

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian, pengolahan data yang dilakukan, interpretasi output hasil serta pembahasan dari hasil yang sudah diterima

BAB V Penutup :

Bab ini menjabarkan tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, implikasi yang bisa diambil dari penelitian berisikan juga kekurangan dan hambatan yang dialami saat penelitian serta saran yang diberikan kepada pengelola dan untuk penelitian masa mendatang