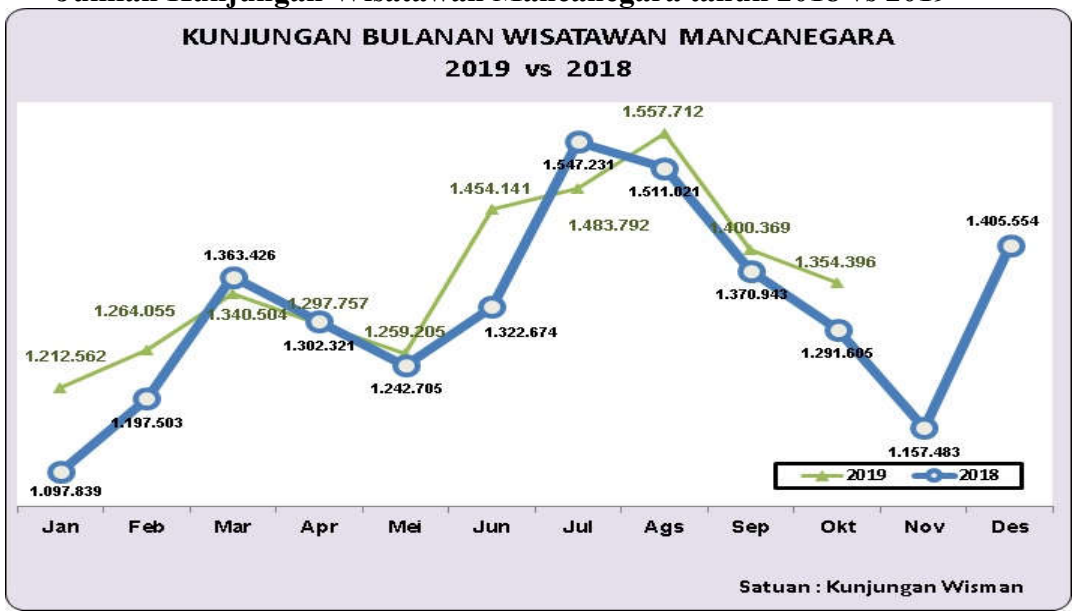
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan perekonomian di Indonesia semakin membaik, dibuktikan dengan adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi. Salah satu peningkatan pertumbuhan ekonomi yaitu didorong oleh pertumbuhan sektor pariwisata yang menjadi salah satu alat pendukung dalam penggerak perekonomian Indonesia. Pertumbuhan pariwisata saat ini sangat pesat, yaitu terjadi peningkatan jumlah pengunjung wisatawan di Indonesia di setiap tahunnya, baik dari wisatawan lokal maupun mancanegara. Berikut data perbandingan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia pada tahun 2018 dan 2019.

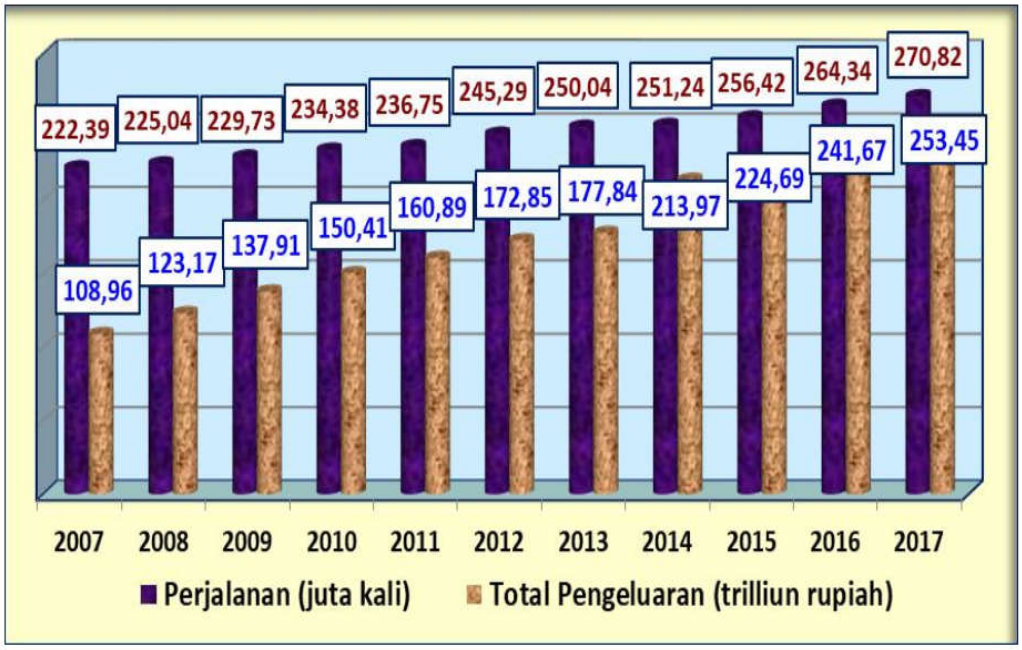
Gambar 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara tahun 2018 vs 2019



Sumber: Kementrian Pariwisata Indonesia RI, 2019

Berdasarkan gambar grafik di atas dapat dilihat bahwa kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk pada bulan terakhir di tahun 2019, yaitu Bulan Oktober 2019 berjumlah 1.354.396 kunjungan atau jika dihitung mengalami peningkatan sebesar 4,86% jika dibandingkan dengan periode yang sama pada Bulan Oktober 2018 yang hanya berjumlah 1.291.605 kunjungan. Selain data wisatawan mancanegara, data jumlah wisatawan Nusantara akan dijelaskan dalam grafik berikut.

Gambar 1.2
Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara dan Total Pengeluaran Tahun 2007-2017



Sumber: Kementrian Pariwisata Indonesia RI, 2017

Berdasarkan gambar grafik di atas dapat dilihat bahwa dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2007 sampai dengan 2017, jumlah perjalanan dan pengeluaran wisatawan Nusantara terus terjadi peningkatan. Total pengeluaran sealama tahun 2017 mencapai sebesar 4,87 persen

dibandingkan tahun 2016 yang hanya mencapai sebesar 241,67 triliun rupiah. Pengeluaran atau biaya perjalanan yang dimaksud adalah seluruh pengeluaran atau biaya yang digunakan oleh wisatawan dalam rangka melakukan perjalanan, baik yang dikeluarkan sebelum, selama, maupun setelah melakukan perjalanan. Pengeluaran ini termasuk yang berasal dari biaya sendiri maupun dari pihak lain. Namun tidak termasuk pengeluaran dalam bentuk uang (transfer) kepada teman atau keluarga yang dikunjungi, pembelian barang dagangan yang akan dijual kembali dan pengeluaran lain untuk tujuan investasi.

Sehingga pemerintah menaruh perhatian yang sangat besar terhadap perkembangan pariwisata dengan alasan karena sektor pariwisata berperan penting dalam peningkatan sumber penerimaan devisa negara. Sektor pariwisata dapat menstabilkan perekonomian lokal, yaitu perekonomian masyarakat akan lebih meningkat dari yang sebelumnya, karena mampu menciptakan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar. Sehingga akan tersedia lapangan pekerjaan yang lebih banyak yang nantinya dapat mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Masalah kemiskinan dalam perekonomian akan lebih berkurang, karena adanya pengembangan sektor pariwisata yang nantinya dapat menjadi kegiatan riil dan dapat meningkatkan pembangunan daerah wisata baik di kota maupun di daerah.

Pembangunan sebuah lokasi wisata harus disertai dengan kemampuan dalam merencanakan, mengelola, serta mengoperasikannya

dengan baik, karena jika tidak maka akan sulit bagi pihak pengelola untuk mencapai tujuan dari didirikannya tempat wisata tersebut, yaitu jumlah wisatawan yang berkunjung di lokasi wisata akan berkurang karena obyek wisata yang dikembangkan kurang menarik dan fasilitas yang disediakan dirasa kurang memadai. Sehingga akan mempengaruhi laba dari pendapatan tempat wisata tersebut. Oleh karena itu, adanya strategi pengembangan untuk membuat konsep wisata sangatlah penting dalam mengembangkan tempat wisata agar selalu diminati oleh wisatawan dan wisatawan merasa tertarik serta merasa puas dengan obyek wisata yang disediakan. Pentingnya pengembangan pariwisata pada satu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak, karena selain pendapatan yang diperoleh Negara, kontribusi yang diperoleh melalui pengelolaan destinasi wisata langsung dapat dirasakan oleh masyarakat sekitar.

Semua tempat wisata, pasti akan bersaing untuk menunjukkan keunggulan potensi wisata yang dimiliki untuk menarik wisatawan agar berkunjung ke obyek wisata itu. Seperti di Jawa Timur, salah satu Kabupaten yang berusaha menunjukkan keunggulan potensi wisatanya yaitu Kabupaten Blitar. Kabupaten Blitar memiliki tempat bersejarah dan mempunyai banyak destinasi wisata menarik yang harus dikunjungi, salah satunya yaitu Candi Penataran. Kompeks candi terbesar dan termegah di Jawa Timur mempunyai sejarah historis yang sangat terkenal. Didirikan sejak era Kerajaan Singasari dan Kerajaan Majapahit.

Candi Penataran atau nama aslinya adalah Candi Palah adalah sebuah gugusan candi bersifat keagamaan Hindu Siwaitis yang terletak di desa Penataran, Kecamatan Nglegok, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Candi termegah dan terluas di Jawa Timur ini terletak di lereng barat daya Gunung kelud, di sebelah utara Blitar, pada ketinggian 450 meter di atas permukaan laut. Dari prasasti yang tersimpan di bagian candi diperkirakan candi ini dibangun pada masa Raja Srengga dari Kerajaan Kadiri sekitar tahun 1200 Masehi dan berlanjut digunakan sampai masa pemerintahan Wikramawardhana, Raja Kerajaan Majapahit sekitar tahun 1415. Dalam kitab Desawarnana atau Nagarakretagama yang ditulis pada tahun 1365, Candi ini disebut sebagai bangunan suci "Palah" yang dikunjungi Raja Hayam Wuruk dalam perjalanan kerajaan bertamasya keliling Jawa Timur. Pada tahun 1995 candi ini dijadikan sebagai calon Situs Warisan Dunia *United Nations of Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO)* dalam daftar tentatifnya.[1]

Candi Penataran ini termasuk dalam lingkup Pembangunan Wisata IV yang mencakup Kecamatan dan sekitar Kota Blitar. Candi Penataran memiliki peluang terbesar untuk dikembangkan menjadi suatu obyek wisata dibanding candi yang lain di Blitar. Selain itu, Candi Penataran juga berperan sebagai tempat untuk menunjukkan gambaran dari Kota Blitar pada masa lampau yang menjadi bagian dari pusat kebudayaan di Jawa Timur. Hal ini dapat dilihat dengan adanya bentuk arsitektur

[1] Anonim, *Wikipedia Candi Penataran*, https://id.wikipedia.org/wiki/Candi_Penataran, diakses pada 13 Desember 2019 15:19 WIB

bangunan, mulai dari arca yang ditemukan, data angka tahun, sampai dengan cara penggambaran relief pun menyiratkan fungsinya sebagai salah satu dari kegiatan keagamaan. Berdasarkan potensi yang dimiliki, kawasan Candi ini bertema wisata budaya.[2]

Candi Penataran selalu ramai pengunjung. Baik dari wisatawan lokal yang datang dari berbagai daerah, atau bahkan dari mancanegara yang berkunjung ke candi ini. Berikut data jumlah kunjungan wisata di obyek wisata Candi Penataran Blitar pada tahun 2018.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Candi Penataran Blitar
Tahun 2018

Bulan	Umum	Asing	Dinas	Pelajar	Jumlah
Januari	8.455	40	-	4310	12.805
Februari	2.884	47	-	4.597	12.277
Maret	7.373	58	52	6.499	13.982
April	5.593	48	-	6.496	12.137
Mei	4.197	94	-	5.148	9.436
Juni	11.380	42	-	3.437	14.859
Juli	9.788	121	14	4.270	14.193
Agustus	5.003	94	28	1.964	7.089
September	6.081	139	50	4.679	10.949
Oktober	5.018	54	-	4.977	10.049
November	5.145	36	5	3.847	9.033
Desember	11.611	11	-	6.712	18.334

Sumber: Data Pengunjung Bulanan, Taman Wisata Candi Penataran, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari bulan Januari sampai bulan Desember 2018 jumlah wisatawan yang mengunjungi obyek

[2] Patria, *Potensi Wisata Blitar*, http://wisatablitar.blogspot.com/2009/05/candi-penataran.html, diakses pada 29 Mei 2019 10:33 WIB

wisata Candi Penataran tidak stabil. Hal ini terlihat dari adanya kenaikan dan juga penurunan jumlah pengunjung yang terus berubah-ubah dari bulan ke bulan selama tahun 2018. Adapun faktor-faktor yang diduga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar adalah fasilitas, lokasi, citra destinasi dan promosi yang dilakukan guna menarik minat pengunjung. Menurut Bapak Bondan:

> Bulan puasa juga berpengaruh terhadap jumlah pengunjung, yaitu menurun derastis karena banyak masyarakat yang sibuk menyiapkan menu buka puasa dan membersihkan rumah untuk menyambut lebaran, keadaan ini akan ramai lagi ketika menjelang liburan lebaran. Selain itu, di Bulan Agustus jumlah pengunjung juga menurun karena banyak masyarakat yang melakukan kegiatan 17-an dan akan kembali ramai lagi ketika liburan sekolah, liburan natal dan akhir tahun.[3]

Wisatawan yang akan melakukan kunjungan ke daerah tujuan wisata selalu mencari tahu terlebih dahulu mengenai objek wisata yang ditawarkan, fasilitas apa saja yang disediakan, dimana lokasi wisata serta bagaimana citra destinasi di tempat wisata tersebut. Jumlah kunjungan yang meningkat menunjukkan semakin tingginya kebutuhan konsumen akan jasa wisata. Bauran pemasaran jasa juga memiliki pengaruh dalam menentukan suatu keberhasilan strategi pemasaran.

Meskipun tempat wisata ini bercorak agama Hindu, namun mayoritas pengunjung yang datang adalah beragama muslim, sehingga sangat penting adanya tempat ibadah atau mushola di dekat candi dengan fasilitas yang memadai dan tempat yang bersih serta nyaman untuk ibadah. Fasilitas di obyek wisata Candi Penataran dinilai masih minim dan masih

[3] Wawancara dengan Bapak Bondan, pada 31 Desember 2019

perlu diperhatikan lagi, seperti kurangnya tempat untuk duduk santai dan berteduh di siang hari, masih minimnya jumlah lampu penerangan di candi dan jumlah tempat sampah, bahkan untuk tempat pembuangan sampah masih menumpang di lahan warga. Selain itu, kondisi saluran air di depan candi juga tidak berfungsi maksimal, sehingga pada saat hujan deras, air di selokan meluap dan masuk ke dalam areal candi, terutama di depan pintu gerbang sering terjadi banjir.

Disamping fasilitas fisik yang masih minim, di Candi Penataran juga masih belum ada pemandu wisata yang menjelaskan mengenai sejarah dan fungsi Candi Penataran tersebut. Padahal seharusnya, obyek wisata ini bisa digunakan untuk menambah wawasan bagi wisatawan. Jadi mereka tidak hanya bermain dan melihat-lihat tempat saja tapi juga bisa sambil belajar disana dan juga masih kurangnya event-event budaya yang diadakan di tempat wisata. Lokasi Candi Penataran juga disebut kurang stretegis serta sulit untuk dijangkau karena jauh dari perkotaan Blitar. Sehingga tidak ada kendaraan umum yang melewati jalur ini. Tidak seperti tempat wisata lain di Kota Blitar seperti Kebun Rojo yang memiliki tempat strategis dekat dengan kota sehingga sering dilewati kendaraan umum.

Selain fasilitas dan lokasi, citra destinasi wisata yang positif juga sangatlah penting untuk pengembangan dan kesuksesan Candi Penataran, karena dengan adanya citra yang positif maka akan muncul keyakinan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut atau bagi

wisatawan yang sudah pernah berkunjung pasti akan merekomendasikan Candi Penataran ke orang lain sebagai salah satu destinasi pariwisata yang pantas dikunjungi, sehingga diperlukan adanya perbaikan untuk menunjang kualitas destinasi pariwisata yang lebih baik.

Mengingat tingkat persaingan yang semakin ketat, maka pihak pengelola Candi Penataran harus meningkatkan pelayanan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan wisatawan atau calon wisatawan lainnya. Melalui promosi, suatu tempat wisata dapat memperkenalkan obyek wisata yang ditawarkan, sehingga masyarakat dapat mengetahui keunggulan apa yang dimiliki oleh tempat wisata tersebut. Namun, karena banyaknya agrowisata pesaing, untuk tetap dapat menjaga posisinya dan bertahan, maka pengelola Candi Penataran harus memahami karakteristik calon pengunjung dan memahami bagaimana calon pengunjung dalam mengambil keputusan untuk berkunjung. Dengan memahami perilaku calon pengunjung dalam proses pengambilan keputusan, maka petugas atau pengelola Candi Penataran dapat mempengaruhinya sehingga calon pengunjung tersebut nantinya akan menggunakan jasa wisata yang ditawarkan. Karena, tujuan akhir dari pemasaran destinasi adalah menarik wisatawan dengan mempengaruhi pengambilan keputusan dan pilihan dari perjalanan yang dilakukan.

Untuk saat ini, promosi yang dilakukan di wisata Candi Penataran yaitu dengan menggunakan buku profil wisata Kabupaten Blitar yang didalamnya membahas mengenai Candi Penataran, namun tidak begitu

lengkap, melainkan hanya sekedar informasi saja mengenai sejarah Candi Penataran. Selain itu, festival budaya yang diadakan juga termasuk kegiatan promosi untuk mengenalkan dan menunjukkan keunggulan yang dimiliki oleh Candi Penataran. Sehingga dalam hal promosi, masih perlu upaya yang dilakukan guna menarik wisatawan lebih banyak lagi, misalnya menggunakan media brosur, banner, sosial media, dan souvenir khusus tentang Candi Penataran. Dalam Islam, promosi yang dilakukan harus sesuai dengan keadaan yang ada, tidak boleh dilebih-lebihkan ataupun dikurangi. Sehingga informasi harus disampaikan apa adanya, agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Karena, Islam melarang iklan yang bersifat gharar atau penipuan.

Oleh karena itu, untuk tetap dapat bersaing dengan agrowisata pesaing dan mempertahankan serta meningkatkan jumlah kunjungan tiap bulannya, maka perlu memperhatikan terkait fasilitas, lokasi, citra destinasi wisata, dan promosi yang dilakukan. Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka peenliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Citra Destinasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Candi Penataran Blitar".**

B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini terfokus pada pengaruh fasilitas, lokasi, citra destinasi dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek

wisata Candi Penataran Blitar. Sesuai penjelasan yang telah diuraikan pada lataar belakang, maka penulis mengidentifikasi masalah terkait:

1. Strategi mengenai perbaikan fasilitas dan akses jalan menuju tempat wisata yang diberikan oleh wisata Candi Penataran Blitar untuk meningkatkan keputusan berkunjung para wisatawan masih kurang.
2. Keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor. Jadi seberapa besar pengaruh fasilitas, lokasi, citra destinasi dan promosi terhadap keputusan berkunjung di Candi Penataran Blitar.
3. Persaingan bisnis pariwisata semakin ketat sehingga perlu diperhatikan hal-hal yang mempengaruhi jumlah pengunjung wisata agar dapat meningkat setiap bulannya.
4. Munculnya destinasi wisata baru di berbagai wilayah dengan berbagai ide kretif membuat industri pariwisata dituntut memiliki ide kreatif untuk mengembangan pariwisata serta menggali potensi yang dimiliki di wilayahnya masing-masing.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar?

3. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar?
5. Apakah fasilitas, lokasi, citra destinasi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar.
5. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas, lokasi, citra destinasi, dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang dapat dirumuskan dari dilakukannya penelitian ini terdiri dari dua kegunaan, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi dan referensi bagi siapa saja yang ingin melakukan riset lebih dalam, khususnya dalam bidang pariwisata.

2. Kegunaan Praktis

   a. Bagi Pengelola Candi Penataran

      Penelitian ini diharapkan bisa menyampaikan data informasi yang dapat berguna serta memberikan kritik dan saran untuk pengelola obyek wisata dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang lebih lanjut guna menarik wisatawan lebih banyak.

   b. Bagi Pemerintah Daerah

      Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan untuk evaluasi bagi pemerintah daerah dalam hal penambahan fasilitas yang belum ada serta memperbaiki fasilitas dan akses jalan yang dirasa masih kurang bagus agar lebih bagus lagi untuk menunjang kualitas destinasi pariwisata yang lebih baik.

   c. Bagi Peneliti Selanjutnya

      Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dengan permasalahan yang serupa, terutama berkaitan dengan pengaruh fasilitas, lokasi, citra destinasi, dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan dan mampu

meningkatkan kualitas penelitian yang akan datang. Sehingga dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini meliputi fasilitas, lokasi, citra destinasi, dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua pengunjung di Candi Penataran Blitar pada Bulan Januari tahun 2020 dengan jumlah sampel 99 responden. Variabel fasilitas, lokasi, citra destinasi dan promosi berfungsi sebagai variabel X atau variabel independen. Sedangkan keputusan berkunjung berfungsi sebagai variabel Y atau variabel dependen.

2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan Penelitian digunakan untuk menghindari perluasan dan penyimpangan permasalahan agar penelitian lebih terarah dan terfokus pada pokok permasalahan guna memudahkan pembahasan sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

a. Subyek dalam penelitian ini adalah wisatawan yang melakukan kunjungan di objek Candi Penataran Blitar.

b. Dalam penelitian ini obyek wisata yang akan diteliti hanya Candi Penataran Bitar.

c. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh fasilitas, lokasi, citra destinasi dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Penegasan istilah dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul skripsi. Sesuai dengan judul penelitian yaitu "Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Citra Destinasi, dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata di Candi Penataran Blitar", maka definisi konseptual yang perlu dijelaskan yaitu:

a. Pariwisata

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dikemukakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Perjalanan ini dilakukan dari satu tempat ke tempat lain.[4]

b. Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana

[4] I Ketut Suwena, I Gusti Ngurah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, (Denpasar: Pustaka Larasan, 2017), hlm. 19

dan prasarana yang dibutuhkan dalam melakukan atau memperlancar suatu kegiatan.[5] Suatu destinasi wisata perlu memiliki berbagai fasilitas kebutuhan wisatawan, agar kunjungan wisatawan tersebut dapat terpenuhi dan merasa nyaman sehingga semakin banyak wisatawan yang berkunjung.

c. Citra Destinasi

Citra (*image)* pariwisata adalah kepercayaan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai produk atau pelayanan yang wisatawan kunjungi atau akan kunjungi. Citra destinasi tidak selalu terbentuk dari pengalaman atau fakta, tetapi dapat dibentuk sehingga menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisatawan ke suatu destinasi pariwisata.[6]

d. Lokasi

Lokasi adalah segala sesuatu yang menunjukkan berbagai bisnis untuk membuat produk atau jasa agar mudah ditemukan pelanggan dan selalu tersedia bagi pelanggan. Dalam suatu bisnis, faktor pemilihan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau menjadi komponen yang penting agar usaha yang dijalankan dapat bersaing dengan pesaing lain.

e. Promosi

---

[5] Dosen PPKN, *Pengertian Fasilitas, Macam dan Contohnya*, https://dosenppkn.com/pengertian-fasilitas/, diakses pada 13 Desember 2019 16:07 WIB

[6] Asya Hanif, et.al., Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 38 No. 1 September 2016,* hal.46

Promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.[7]

f. Keputusan berkunjung

Keputusan untuk memilih objek wisata pada dasarnya adalah keputusan "pembelian", yaitu mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan.[8]

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh fasilitas, lokasi, citra destinasi dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Candi Penataran Blitar. Keputusan berkunjung merupakan keputusan yang diambil konsumen untuk mengunjungi suatu daerah seperti tempat wisata. Lokasi dan promosi merupakan strategi dalam manajemen pemasaran guna menjalin hubungan yang baik dalam jangka panjang dengan para wisatawan dan menciptakan keadaan saling menguntungkan antara penyedia tempat wisata dengan para wisatawan sehingga mampu

[7] Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal.50

[8] Yuliana Pinaringsih, Pengaruh Keputusan Berkunjung terhadap Kepuasan Wisatawan di Museum Geologi Bandung, *Jurnal Pariwisata, Vol. 4 No. 1 April 2017*, hal.55

mempertahankan serta meningkatkan jumlah pengunjung dalam setiap bulannya.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan skripsi disajikan dalam 6 (enam) bab yang didalamnya terdapat beberapa sub bab sebagai perincian dari bab-bab tersebut. Sehingga sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, berisi penjelasan mengenai sebab akibat dari suatu permasalahan yang akan diteliti dan mengidentifikasi masalah apa yang akan muncul dan diteliti. Terdiri dari: latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi.

BAB II Landasan Teori, hal yang dikemukakan dalam landasan teori terdiri dari: kajian teori tentang manajemen strategi, pariwisata, lokasi, fasilitas, citra destinasi, promosi dan keputusan berkunjung, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, hipotesis penelitan.

BAB III Metode Penelitian, terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian,

	sumber data, variabel dan skala pengukuran, tekhnik pengumpulan data dan instrumen penelitian, analisis data.
BAB IV	Hasil Penelitian, terdiri dari: deskripsi data dan pengujian hipotesis
BAB V	Pembahasan Hasil Penelitian, pembahasan dari penelitian ini merupakan jawaban dari hipotesis yang diteliti dan hasil analisis data.
BAB VI	Penutup**,** dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan dalam penelitian serta memberikan saran yang berguna bagi pembaca berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanan.