

Pengaruh Strategi *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pengunjung Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso

Feti Fatimah^{1*}, Fadhol Ibrahim², Nursaidah³

Universitas Muhammadiyah Jember

¹fetifatimah@unmuhjember.ac.id, ²fadholibrahim9@gmail.com, ³nursaidah@unmuhjember.ac.id

Diterima: 27 April 2021 | Disetujui: 23 Desember 2022 | Dipublikasikan: 28 Desember 2022

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap keputusan pengunjung trip spa Tasnan di Kabupaten Bondowoso. Populasi dari penelitian ini adalah semua pengunjung di tempat wisata pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso. Sampling Purposive sampling digunakan untuk pengambilan sampel. Sampel diperoleh dengan mengevaluasi 75 responden. Sistem analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan, harga, lokasi dan metode periklanan berpengaruh terhadap keputusan pengunjung Wisata Pemandian Tasnan di Kabupaten Bondowoso.

Kata Kunci: Produk; Harga; Tempat; Promosi; Keputusan Pengunjung

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of the marketing mix strategy on the decisions of visitors to the Tasnan spa trip in Bondowoso Regency. The population of this study were all visitors to the tourist attractions of the Tasnan baths, Bondowoso Regency. Sampling Purposive sampling was used for sampling. Samples were obtained by evaluating 75 respondents. The analysis system used is multiple linear regression analysis to determine the effect of the independent variables on the dependent variable. The results of the study show that service, price, location and advertising methods influence the decisions of visitors to the Tasnan Bathing Tour in Bondowoso Regency.

Keywords: Product; Price; The place; Promotion; Visitor Decision

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor penyumbang pendapatan terbesar dalam pendapatan asli daerah sehingga mampu menunjang pembangunan sektor lainnya yang masih bertahap. Jika sector pariwisata berkembang pesat, maka pendapatan daerah akan semakin meningkat pula. Pemerintah Daerah mencanangkan berbagai promosi wisata untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, jumlah pengunjung bergantung pada daya tarik wisata sebagai tujuan utamanya sehingga diperlukan marketing mix untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

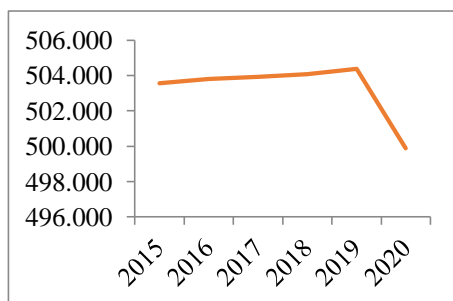
Marketing mix adalah suatu usaha yang dilakukan untuk memasarkan produk atau jasa yang dilakukan secara terus-menerus demi mencapai target penjualan (Kotler, 2019). Umumnya, *marketing mix* digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan penilaian konsumen atas jasa yang di tawarkan. Bauran pemasaran terdiri dari Place, Price, Product

dan Promotion. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian (Rahmawati, 2019) menunjukkan bahwa variabel produk, harga, lokasi, orang (pelayanan), proses tidak mempengaruhi niat pengunjung, sedangkan bukti fisik berpengaruh positif terhadap niat pengunjung. Hasil penelitian (Setiaadi, 2019) bahwa kombinasi pemasaran jasa (tampilan fisik, proses dan orang) memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pariwisata. Penelitian (Yulita, 2016) menunjukkan bahwa bauran pemasaran pariwisata mempengaruhi keputusan pengunjung. Jasa, tempat dan cara berpromosi sangat berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap keputusan berwisata (Abaharis, 2019). Produk yang baik, harga yang kompetitif, lokasi yang mudah dijangkau dan penawaran yang dapat mempengaruhi konsumen (Fatimah et al., 2021).

Hasil penelitian (Monalisa, 2019) menyatakan bahwa bauran pasar jasa mempengaruhi keputusan pengunjung wisata ke destinasi wisata Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan. Penelitian (Gani, 2020) menegaskan bahwa bauran pemasaran mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Kota Makassar. Penelitian (Syahrul, 2018) menegaskan bahwa faktor psikologis, spasial dan sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwisata, sedangkan bauran pemasaran, pelayanan, keamanan dan budaya tidak berpengaruh. Namun terdapat gap pada hasil penelitian (Djesika, 2019) yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara variabel *product, price, location, promotion, people, process dan physical display*. Penelitian (Paramulia, 2019) menunjukkan bahwa sebagian harga tidak mempengaruhi keputusan pengunjung, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengunjung, iklan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pengunjung, orang tidak berpengaruh terhadap keputusan pengunjung, proses tidak berpengaruh. pada keputusan pengunjung, bukti fisik tidak mempengaruhi keputusan pengunjung.

Bondowoso merupakan kota yang berpotensi untuk pengembangan pariwisata. DISPARPORA HUB Kabupaten Bondowoso sebagai pemegang aset wisata daerah sekaligus pengelola yang mengemban tugas bidang kepariwisataan termasuk mempromosikannya dengan upaya pengunjung akan semakin meningkat dan mampu menyokong Pendapatan Asli Daerah (PAD) sesuai target yang ditetapkan Pemerintah Kabupaten Bondowoso. Sebuah langkah konkrit Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Olahraga Bondowoso untuk memajukan pariwisata di Bondowoso. Informasi kunjungan wisata ke Kabupaten Bondowoso tahun 2015 sampai dengan tahun 2020.



Gambar 1. Jumlah wisatawan di Kabupaten Bondowoso tahun 2015-2020.

Sumber: BPS Kabupaten Bondowoso

Penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Bondowoso antara tahun 2015 dan 2020 disebabkan adanya pandemi Covid-19. Pembatasan aktivitas pemerintah (psychic distance) berdampak pada penutupan kawasan wisata di Kabupaten Bondowoso. Selain itu, minat masyarakat terhadap destinasi wisata juga menurun secara signifikan, karena masyarakat takut tertular Covid-19. Adanya pembatasan kegiatan berskala besar menyebabkan menurunnya minat masyarakat untuk berwisata, khususnya wisata Pemandian Tasnan di Kabupaten Bondowoso.

Kabupaten Bondowoso memiliki banyak potensi budaya dan pariwisata yang perlu dikembangkan dan dipromosikan. Salah satu tempat wisata Bondowoso yang bisa dikunjungi adalah Tasna Diving Tour. Wisata Pemandian Tasnan merupakan salah satu tempat wisata pemandian yang terletak di Desa Taman, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur. Wisata Pemandian Tasna Bondowoso merupakan pemandian alam yang sudah ada sejak zaman belanda yang merupakan tempat liburan orang belanda saat itu. Suasana hijau yang dikelilingi hutan pinus membuat pemandian ini cocok sekali untuk dikunjungi wisatawan. Selain itu, megalit prasejarah terletak di dekat kolam renang yang merupakan tempat hiburan dan pendidikan keluarga. Tabel 1 merupakan informasi kunjungan wisatawan ke Pemandian Tasnan Tahun 2019.

Tabel 1 Jumlah Wisatawan Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso 2019

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	5.033
2	Februari	2.082
3	Maret	912
4	April	812
5	Mei	4.012
6	Juni	7.212
7	Juli	2.514
8	Agustus	872
9	September	932
10	Oktober	881
11	November	898
12	Desember	6.921
	Jumlah	33.081

Sumber: BPS Kabupaten Bondowoso, 2019

Pada Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso 2019 menunjukkan tingkat fluktuasi pengunjung yang datang. Hal ini dikarenakan terbatasnya usaha pengelola dalam hal promosi sehingga pengunjung kurang berminat untuk datang. Sebagian besar pengunjung yang datang berasal dari Karesidenan Besuki. Rencana selanjutnya pengelola akan melakukan promosi ke kota-kota yang lebih besar salah satunya Surabaya. Berikut data jumlah pendapatan objek wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso.

Tabel 2 Jumlah pendapatan wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2016	115.330.000
2	2017	121.020.000
3	2018	119.120.000
4	2019	128.180.000
5	2020	54.200.000

Total	537.850.000
-------	-------------

Sumber: Pengelola wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso, 2020

Pendapatan wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso turun sangat selama pandemi Covid-19. Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso harus bekerjasama dengan pemerintah/kota lain untuk mempromosikan Pemandian Tasnan. Penelitian ini digunakan sebagai masukan dan fokus dalam upaya peningkatan promosi pemasaran pariwisata. Di masa sekarang ini, pengelola kurang melebarkan promosinya ke social media yang mengakibatkan wisata pemandian Tasnan tidak terjamah oleh masyarakat. Harapannya setelah promosi itu dilakukan, masyarakat akan datang berkunjung dan menikmati wisata ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas, pelayanan, harga, tempat dan promosi terhadap Keputusan Pengunjung Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso.

METODE PENELITIAN

Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

1. Produk, merupakan variable bebas dengan indikator sebagai berikut :
 - a. Produk Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso memiliki wahana wisata yang menarik.
 - b. Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso memiliki fasilitas wisata yang sudah baik.
 - c. Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso memiliki akses baik.
2. Harga, indikator: Tingkatan harga Objek Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso relative murah, sesuai dengan fasilitas yang tersedia, dan kompetitif jika dibandingkan dengan wisata yang lain.
3. Tempat, merupakan variable bebas dengan indikator sebagai berikut :
 - a. Lokasi Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso yang mudah dijangkau/diakses.
 - b. Lokasi Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso memiliki lalu-lintas yang aman dan nyaman.
 - c. Objek Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso dapat diakses melalui internet
4. Promosi, merupakan variable bebas dengan indikator sebagai berikut :
 - a. Promosi Objek Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso menjangkau seluruh wilayah Bondowoso dan sekitarnya.
 - b. Penyampaian pesan secara terus-menerus dan mudah dimengerti.
 - c. Kualitas iklan yang menarik.
5. Keputusan Pengunjung, merupakan variable terikat dengan indikator sebagai berikut:
 - a. Kebutuhan terhadap jasa wisata yang tersedia di Objek Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso.
 - b. Kemampuan daya beli pengunjung Objek Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso.

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Dilaksanakan pada Objek Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso. Dengan populasinya pengunjung Objek Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso yang tidak bisa di ketahui jumlah pastinya, di karenakan ada pengunjung usia dewasa dan usia

anak-anak dengan harga tiket yang berbeda, sedangkan data yang di miliki oleh Objek Wisata Pemandian Tasnan adalah jumlah pemasukan. Sampel diambil dengan menggunakan metode jenis purposive sampling, karena didalam menentukan sampel ada pertimbangan kriteria tertentu, yaitu:

1. Usia minimal 18 tahun.
2. Pengunjung di Objek Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso.

Sampel berjumlah 80 orang.

$$N = (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator}) \\ = 5 \times 15 = 75 \text{ responden}$$

Metode analisis yang digunakan yaitu Analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk mengetahui hubungan yang terjadi antara variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen yang akan diuji pada analisis regresi linier berganda lebih dari 1. Level of signifikan yang dijadikan acuan penelitian ini sebesar 5%.

HASIL

Gambaran Umum

Wisata Pemandian Tasnan Bondowoso merupakan tempat wisata pemandian di Desa Taman, Kecamatan Grujugan, Kabupaten Bondowoso. Wisata Pemandian Tasnan Bondowoso sudah ada sejak zaman penjajahan Belanda. Buka mulai pukul 08.00 – 16.00 WIB. Dalam perjalanan panjangnya, tentunya tempat wisata ini telah mempunyai banyak pengalaman dan banyak masukan dari pengunjung.

Deskriptif Karakteristik Responden

Responden adalah pengunjung wisata yang sedang melakukan kunjungan wisata Pemandian Tasnan. Berikut disajikan data statistik deskriptif untuk tiap variabel yang diteliti dan data tentang karakteristik responden. Data diambil berdasarkan beberapa karakteristik sebagai berikut :

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan kuesioner yang telah diberikan kepada 75 pengunjung Wisata Pemandian Tasnan Bondowoso, maka diperoleh data menurut jenis kelamin responden adalah:

Tabel 3 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	24
Perempuan	51
Total	75

Tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung wisata pemandian tasnan didominasi oleh Perempuan dengan persentase sebesar 68% sedangkan laki-laki 32%.

2. Usia

Berdasarkan kuesioner yang telah diberikan kepada 75 pengunjung Wisata Pemandian Tasnan Bondowoso, maka diperoleh data menurut usia responden adalah:

Tabel 4. Usia Responden

Usia	Jumlah
18 – 25 tahun	40

26 – 33 tahun	15
34 – 40 tahun	12
> 40 tahun	8
Total	75

Tabel 4 menggambarkan bahwa persentase pengunjung berusia 18-25 tahun sebesar 53,3% ; usia 26-33 tahun sebesar 20% ; usia 34 – 40 tahun sebesar 16 % ; dan usia > 40 sebesar 10,7 %.

3. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan kuesioner yang telah diberikan kepada 75 pengunjung Wisata Pemandian Tasnan Bondowoso, maka diperoleh data menurut pendidikan terakhir responden sebagai berikut:

Tabel 5 Pendidikan Terakhir Responden

Pekerjaan	Jumlah
SD/SMP/SMA	39
Diploma	16
Sarjana	12
Pasca Sarjana	8
Total	75

Tabel 5 menggambarkan jumlah responden yang memiliki pendidikan SD/SMP/SMA adalah 39 orang (52%), Diploma adalah 16 orang (21,3%), Sarjana yaitu sebanyak 12 orang (16%), dan Pasca Sarjana adalah 8 orang (10,7%).

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2015), hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X1, X2,...Xn) dengan variabel dependen (Y). Alasan penggunaan metode analisis regresi linier berganda adalah mengetahui hubungan yang terjadi antara variabel independen dengan variabel dependen apakah mengarah ke hubungan positif atau negative. Hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Sig.	Keterangan
Konstan	1,131	-	Signifikan
Produk (X1)	0,257	0,002	Signifikan
Harga (X2)	0,225	0,003	Signifikan
Tempat (X3)	0,236	0,021	Signifikan
Promosi (X4)	0,191	0,036	Signifikan

Dari Tabel 6 hasil didapat persamaan regersi linier berganda adalah:

$$Y = 1,131 + 0,257X_1 + 0,225X_2 + 0,236X_3 + 0,191X_4 + e$$

Uji t

Uji t secara parsial ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Uji t

Variabel	t _{tabel}	t _{hitung}	Sig	Keterangan
Produk (X ₁)	1,665	3,166	0,002	H ₀ ditolak
Harga (X ₂)	1,665	3,040	0,003	H ₀ ditolak
Tempat (X ₃)	1,665	2,354	0,021	H ₀ ditolak
Promosi (X ₄)	1,665	2,137	0,036	H ₀ ditolak

Berdasarkan tabel 7 pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah:

1. Produk (X₁) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 7 menjelaskan bahwa t_{hitung} sebesar 3,166 > t_{tabel} sebesar 1,665 dan tingkat signifikansi (α) dari variabel Produk (X₁) adalah 0,002 < 0,05. Hal ini berarti Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (H₁ diterima).

2. Harga (X₂) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 3,040 > t_{tabel} sebesar 1,665 dan tingkat signifikansi (α) dari variabel Harga (X₂) adalah 0,003 < 0,05. Hal ini berarti Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (H₂ diterima).

3. Tempat (X₃) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 2,354 > t_{tabel} sebesar 1,665 dan tingkat signifikansi (α) dari variabel Tempat (X₃) adalah 0,021 < 0,05. Hal ini berarti tempat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (H₃ diterima).

4. Promosi (X₄) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 2,137 > t_{tabel} sebesar 1,665 dan tingkat signifikansi (α) dari variabel Promosi (X₄) adalah 0,036 < 0,05. Hal ini berarti promosi berpengaruh signifikan pada Keputusan Pembelian (H₄ diterima).

PEMBAHASAN

Jasa berpengaruh terhadap Keputusan Pengunjung

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 3,166 > t_{tabel} sebesar 1,665 dan tingkat signifikansi (α) dari variabel Pelayanan (X₁) adalah 0,002 < 0,05. Hal ini berarti Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (H₁ diterima). Data yang diperoleh dari hasil analisis regresi linier berganda saat dilakukan uji t terhadap hipotesis pertama (H₁) menunjukkan bahwa jasa yang ditawarkan memberi pengaruh kepada keputusan berkunjung ke tempat wisata tersebut. Hal ini terlihat dari taraf signifikansinya sebesar 0,002. Dapat ditarik kesimpulan pula bahwa hubungan yang terjadi akibat pengaruh koefisien regresi adalah hubungan yang positif. Jika jasa semakin baik maka keputusan berkunjung semakin meningkat (H₁ diterima). Dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Jasa yang diberikan pengelola pemandian tasnan dinilai cukup baik oleh responden, hal ini terlihat pada pelayanan penjualan tiket yang cepat. Selain pelayanan tiket yang cepat, pelayanan yang baik terlihat pada saat konsumen memesan makanan di kafanya. Akan tetapi, Jasa yang diberikan oleh pengelola belum sesuai harapan dari konsumen, karena melihat kurang bersihnya kamar mandi. Kamar mandi yang jarang dibersihkan mengakibatkan banyak lumut, sehingga lantai rada licin. Pemandian tasnan masih belum memiliki wahana-wahana permainan yang banyak, sehingga terkesan pemandian sederhana.

Pengaruh harga terhadap Keputusan Pengunjung

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda setelah di uji t terhadap (H_2) menunjukkan bahwa Harga juga berpengaruh pada keputusan berkunjung. Dilihat dari taraf signifikansinya sebesar 0,003. Maka hubungan yang terjadi juga positif dimana jika harga sesuai, pengunjung akan lebih sering datang. Pengaruh yang ditunjukkan oleh koefisien regresi adalah positif artinya semakin sesuai Harga maka Keputusan Pengunjung akan semakin meningkat (H_2 diterima). Harga tiket masuk pemandian tasnan dinilai murah yaitu sebesar 10.000 saat hari aktif dan 12.000 saat hari libur. Harga tiket ini dinilai lebih murah dari pada pemandian lain, tapi karena sedikitnya wahana dan kolam renang yang hanya dua, membuat pengunjung kurang tertarik untuk berlibur di pemandian tasnan.

Tempat berpengaruh terhadap Keputusan Pengunjung

Hasil dari analisis regresi berganda pada Uji t terhadap hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan Tempat berpengaruh terhadap Keputusan Pengunjung dengan cara melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0,021. Pengaruh ini ditunjukkan oleh koefisien regresi adalah positif artinya semakin baik tempat maka pengunjung akan semakin meningkat. Lokasi Taman Pemandian Tasnan terletak di desa Taman Kecamatan Grujungan tepatnya \pm 8km dari Kota Bondowoso. Lokasi pemandian mudah ditemukan karena ada di google map, dan infrastruktur jalan yang cukup baik membuat konsumen mudah menuju lokasi. Lokasi yang berada dipedesaan dan didaerah pegunungan yang dikelilingi hutan pinus, membuat lokasi pemandian semakin asri dan menyenangkan.

Factor alam yang berada disekitar pemandian membuat lokasi ini semakin menarik, meski jauh dari kota. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Santoso (2019) menyatakan bahwa Tempat berpengaruh terhadap Keputusan Pengunjung. Penelitian Rahmawati (2019), Djesika (2019), Setiaadi (2019), Yulita (2016), Paramulia (2019), Abaharis (2019) Monalisa (2019), Gani (2020), dan Syahrul (2018) menyatakan bahwa Tempat berpengaruh terhadap Keputusan Pengunjung.

Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pengunjung

Hasil analisis regresi berganda pada Uji t terhadap hipotesis keempat (H_4) menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pengunjung dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0,036. Pengaruh yang ditunjukkan oleh koefisien regresi adalah positif artinya semakin tinggi Promosi maka Keputusan Pengunjung akan semakin meningkat (H_4 diterima).

Pengelola melakukan promosi dengan mengupload foto-foto yang menarik di media social, kemudian membuat banner dipinggir jalan raya menuju lokasi pemandian. Selain itu, pemerintah daerah bondowoso juga membantu promosi dengan membuat website untuk pemandian tasnan. responden masih menilai pengelolaan social media pemandian tasnan masih belum optimal, karena jarang mengupdate foto-foto terbaru. Berdasarkan informasi responden, pemandian tasnan juga jarang mengadakan acara-acara yang menarik konsumen untuk datang, hal ini menyebabkan promosi pemandian tasnan masih kurang bagus dan perlu ditingkatkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Santoso (2019) menyatakan bahwa Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pengunjung. Penelitian Rahmawati (2019), Djesika (2019), Setiaadi (2019), Yulita

(2016), Paramulia (2019), Abaharis (2019) Monalisa (2019), Gani (2020), dan Syahrul (2018) menyatakan bahwa Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pengunjung.

KESIMPULAN

1. Jasa yang menarik akan mempengaruhi keputusan berkunjung berdasarkan data yang didapat.
2. Harga yang relatif murah dan sesuai dengan fasilitas akan meningkatkan keinginan masyarakat untuk datang.
3. Tempat yang asri dan nyaman akan menimbulkan keinginan berkunjung masyarakat sekitar.
4. Menyebarluaskan promosi akan menjangkau masyarakat dan mampu menarik pengunjung.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso dan pengunjung yang membantu dalam proses kegiatan penelitian ini .

DAFTAR PUSTAKA

- Abaharis. (2019). Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Pulau Pasumpahan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Vol 4 no 2*.
- Djesika. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai Tanjung Karang. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako, Vol 5 no 2*.
- Fatimah, F., Widyabakti, M. A., & Sodikin, M. F. (2021). Peran Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Peningkatan Pangsa Pasar Pada BUMDES. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 7(1)*, 49–58. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4383>
- Gani. (2020). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kunjungan wisatawan di kota Makassar. *Jurnal Ilmu Ekonomi*.
- Kotler, P. and K. L. K. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Erlangga (ed.)). Erlangga.
- Monalisa. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pengunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan. *Jurnal Ecogen, Vol 2 no 3*.
- Paramulia. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pengunjung Pada Obyek Wisata Rumah Alam Manado. *Jurnal EMBA, Vol 7 no 3*.
- Rahmawati. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Niat Pengunjung (Studi Kasus: Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari). *Journal Conference on Public Administration and Society, Vol 1 no 1*.
- Setiaadi. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu. *Jurnal Ekombis, Vol no 1*.
- Syahrul. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran, Psikologis Pengunjung, Pelayanan, Fasilitas, Keamanan, Sosial Dan Nilai Budaya Terhadap Keputusan Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai Di Kota Padang. *Journal of Economic and Economic Education, Vol.6 No.2*.
- Yulita. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Untuk Pengunjung. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata, Vol. 2 No.*