**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN FASILITAS WISATA TERHADAP MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG DIDESA BESUR SEKARAN LAMONGAN**

**(STUDI KASUS PADA WISATA BESUR AGRO EDUKASI)**

***ANALYSIS OF INFLUENCE OF PROMOTION, PRICES AND TOURIST FACILITIES ON INTERESTS OF VISITING TOURISTS IN BESAR BESAM LAMONGAN***

***(CASE STUDY ON AGRO EDUCATION AGE TOURISM)***

**Dia Ayu Anggraeni Ningseh1, Dr. M Rizal Irawan, Dr. Yuhronur Efendi3**

Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Lamongan

Email : [*diaayuanggraeni67@gmail.com*](mailto:diaayuanggraeni67@gmail.com)*,* [*rizalirawan@unisla.ac.id*](mailto:rizalirawan@unisla.ac.id)*,* [*yes003@ymail.com*](mailto:yes003@ymail.com)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Website:** |  | **Abstrak** |
| https:  //jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma |  | Penelitian ini yang bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh secara parsial maupun secara simultan variabel Promosi ( X1), Harga (X2) dan Fasilitas Wisata (X3) terhadap minat wisatwan berkunjung pada Wisata Besur Agro Edukasi (WBAE). Dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh secara parsial yang ditunjukan berdasarkan uji t yang menjelaskan bahwa variabel Promosi (X1), Harga (X2) dan Fasilitas Wisata (X3) berpengaruh secara segnifikan positif terhadap minat wisatawan berkunjung. Terdapat Variabel Promosi, Harga dan Fasilitas Wisata yang pengaruh secara simultan yang ditunjukan dengan nilai F hitung > F tabel berpengaruh secara segnifikan positif terhadap minat wisatwan berkunjung dan diketahui bahwa variabel Harga adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Minat Wisatawan berkunjung. |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Kata Kunci:** |  |
| Promosi, Harga, Fasilitas Wisata, Minat Wisatawan berkunjung . |  |
|  |  |
| **Keywords :** Promotion, Price, Tourism Facilities, Interests of tourists visiting. |  | ***Abstract*** |
|  | *This study aims to analyze and explain the effect of partially or simultaneously the variable Promotion (X1), Price (X2) and Tourism Facilities (X3) on the interest of visiting tourists on Agro Tourism Education (WBAE). In this study there is a partial effect which is shown based on the t test which explains that the variable Promotion (X1), Price (X2) and Tourism Facilities (X3) have a significant positive effect on the interest of tourists visiting. There are Variables of Promotion, Price and Tourism Facilities whose simultaneous influence is indicated by the calculated F value> F table which has a significant positive effect on the interest of visiting tourists and it is known that the Price variable is the most dominant variable influencing the interest of visiting tourists*. |
|  |  |
|  |

**DAFTAR PUSTAKA**

Bismark Pasaribu.2010. Faktor-Faktor Yang Memepengaruhi Minat Wisatawan Mancanegara Mengunjungi Objek Wisata Pantai Kuta*. Jurnal Ekonomi Nomor 3 Vol. 2.* Universitas Indonesia, Jakarta

Darmadi.2013. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Penjualan (Studi Kasus PT. Astra Internasional Tbs- TSO Cabang Suotoyo Malang). Jurnal Adminitrasi Bisnis Vol 2 Universitas Brawijaya.

Eko Priyono,. 2016. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Strategi Promosi, Atribut Produk, Harga Terhadap Minat Berkunjung Serta Pengaruhnya Terhadap Minat beli (Studi Empiris pada Pameran Computer di Javamall Semaran.*

Fitriyani, Eka dan Pramusinto Hengky , 2016. *Pengaruh Fasilitas Perpustakaan, Kualitas Pelayanan, Dan Kinerja Pustakawan Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat. Economic Education Analysis Journal 7*

Febrya Tifani, Evazirotul, 2018. *Analisis Strategi Promosi Dan Daya Minat Beli Terhadap Konsumen Terhadap Volume Penjualan Pada Cv Aidrat Lamongan. Skripsi Lamongan :* Program Pasca Sarjana Universitas Islam Lamongan.

Hafidzi Ahmad mudzakir,.2019. *Pengaruh Harga dan Saranan Pariwisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung di Taman Tanjung Pintung Kota Waringen Barat Klalimantan Tengah*

Huda, Syamsul dan Jajal Ikhwan,. 2018. *Analisis Pelayanan, Fasilitas, Keamanan, Pendapatan, Dan Dampaknya Terhadap Minat Wisatawan Mengunjungi Pantai Berkas Di Bengkulu*

Ghozali 1 2016. *Aplikasi analisis multivariate IBM SPSS 23*, penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Kasmir dan Jaksar ,.2012. Studi kelayakan Bisnis. Edisi revisi. Jakarta : Kencana

Kotler, Philip dan Kevin. L Keller, 2016. Marketing Management. Edisi ke 16 New Jersey: Person.

Kotler, Philip dan Kevin Lane, Koller 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, edisi 13. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip And Amstrong, Gary 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta, penerbit Erlangga

Kotler,Philip& Gerry Armstrong, 2014. *Principle of marketing,* 15th edition. New jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Lupiyo Adi. Rambat . 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Selemba empat

Malau Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Moderenisasi Global*. Alfabeta. Bandung

Nuraeni, Belinda sofia, 2014. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan museum ranggawarsita semarang*. Jurnal bisnis strategi. Vol 23 No 1. Semarang: Universitas Diponegoro

Purwanto, Heri. 2017. Analisis Strategi Penjualan Suku Cadang Dan Pelayanan Jasa Service Motor Bengkel Afan Jaya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Afan Jaya Banjarejo Lamongan. Skripsi. Lamongan:Program Pasca Sarjana Universitas Islam Lamongan.

Sri Andayani, Septa. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Kopi Lamongan*. Skripsi Lamongan : Program Pasca Sarjana Universitas Islam Lamongan.

Sumarni, murti dan John Suprihanto, 2014. Pengantar Bisnis. Edisi ke-6. Cetakan pertama. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.

Sugiyono,2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Penerbit Alfabate*: Bandung.

Sugioyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,* dan R&D, penerbit alfabate Bandung

Syah ali, Baginda, (2016) *strategi pengembangan fasilitas guna meningkatkan daya tarik minat wisatawan di darajat pass (Waterpark) kecawatan pasar wangi kabupaten garut.*

Rangkuti, Fredy. 2014. Analisis SWOT Teknik Pembedaan Kasus Bisnis, PT Gremedia Pustaka Utama, Jakarta.

Tjiptono, Fandy 2014. *Pemasaran jasa*, Andi: Yogyakarta

Tjiptono, Fandy 2019. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi :Yogyakarta.

Yoenti,Oka A. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa