

**ANALISIS EFEKTIVITAS PEMASARAN DESTINASI WISATA DI
JEPARA**

(Studi Pada Destinasi Wisata Pantai Bandengan, Jepara)



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Semarang

Disusun oleh:

AUFA SARI AHADIYA

NIM. E2A017027

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG**

2022

ANALISIS EFEKTIVITAS PEMASARAN DESTINASI WISATA DI JEPARA

(Studi Pada Destinasi Wisata Pantai Bandengan, Jepara)

Aufa Sari Ahadiya

(E2A017027)

Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Semarang

Email : aufasariahadiya603@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan Komitmen Orientasi Promosi, Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah secara simultan maupun persial terhadap Perkembangan Destinasi Wisata. kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata salah satunya Kota Jepara yang kaya akan potensi dan sumber daya dengan peluang yang sangat besar untuk dikembangkan, seperti pantai bandengan yang merupakan salah satu potensi wisata di jepara. Dalam pengembangannya diperlukan keefektivan pemasaran. Variable independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Komitmen Orientasi Promosi, Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah.

Metode penelitian yang digunakan adalah data kuantitatif. Data dikumpulkan dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Seluruh Penduduk Desa Bandengan. Teknik penentuan sampel yang digunakan dengan cara *purposive sampling* untuk responden masyarakat dengan jumlah 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reabilitas, *Method Successive Interval*, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis meliputi Uji t dan F, dan Uji Koefisien Determinasi, dengan menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Komitmen Orientasi Promosi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi Wisata (Y) dibuktikan dengan $6,864 > 1,984$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka artinya ada pengaruh yang signifikan. Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi Wisata dibuktikan dengan $5,547 > 1,984$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka artinya ada pengaruh yang signifikan. Peran Pemerintah (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi Wisata dibuktikan dengan $4,349 > 1,984$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka artinya ada pengaruh yang signifikan. Komitmen orientasi promosi (X1), Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata (X2), dan Peran Pemerintah (X3) secara bersama-sama simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan destinasi Wisata (Y), dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar $86,860 > F_{tabel}$ sebesar 3,09 dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Hasil persamaan regresi yaitu $Y = 0,083 + 0,442 X1 + 0,311 X2 + 0,279 X3 + e$. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,731 atau 73,1% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Komitmen Orientasi Promosi, Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah, Perkembangan Desatinasi Wisata

ABSTRACT

This study aims to determine the significant influence of Promotion Orientation Commitment, Awareness of Community Participation in Developing Tourism Villages, Simultaneous and Partial Government Roles on the Development of Tourist Destinations. The area that has the main function of tourism is the City of Jepara which is rich in potential and resources with huge opportunities to be developed, such as Bandengan beach which is one of the tourism potentials in Jepara. In its development, marketing effectiveness is needed. The independent variables used in this study are Commitment to Promotion Orientation, Community Participation in Developing Tourism Villages, Government Role.

*The research method used is quantitative data. Data were collected using primary data obtained from questionnaires. The population used in this study was the entire population of Bandengan village. The sampling technique used was purposive sampling for community respondents with a total of 100 respondents. The data analysis methods used are Validity Test, Reliability Test, Successive Interval Method, Classical Assumption Test, Normality Test, Multiple Linear Regression Analysis, Hypothesis Testing includes *t* and *F* tests, and Coefficient of Determination Test, using SPSS 21.*

*The results of this study indicate that the Promotion Orientation Commitment (X1) has a positive and significant effect on the Development of Tourist Destinations (Y) as evidenced by $6.864 > 1.984$ and a sig value of $0.000 < 0.05$, which means that there is a significant effect. Awareness of Community Participation in Developing Tourism Villages (X2) has a positive and significant effect on the Development of Tourism Destinations as evidenced by $5.547 > 1.984$ and sig value of $0.000 < 0.05$, which means that there is a significant effect. The role of the Government (X3) has a positive and significant effect on the development of tourist destinations as evidenced by $4,349 > 1,984$ and a sig value of $0.000 < 0.05$, which means that there is a significant effect. Commitment to promotion orientation (X1), Awareness of Community Participation in Developing Tourism Villages (X2), and the Role of Government (X3) simultaneously have a positive and significant effect on the development of tourist destinations (Y), as evidenced by the *F*count value of $86,860 > F_{table}$ of $3 .09$ with a sig value of $0.000 < 0.05$. The results of the regression equation are $Y = 0.083 + 0.442 X1 + 0.311 X2 + 0.279 X3 + e$. The value of the coefficient of determination is indicated by the *R* Square value of 0.731 or 73.1% influenced by other variables not examined in this study.*

Keywords: *Commitment to Promotion Orientation, Awareness of Community Participation in Developing Tourism Villages, Role of Government, Development of Tourism Villages*

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang diandalkan pemerintah untuk memperoleh devisa dan penghasilan non migas. Peran pariwisata dalam rangka pembangunan nasional sangat besar, peran tersebut antara lain mampu memperluas dan menciptakan lapangan pekerjaan baru, menurunkan angka pengangguran. Jepara yang kaya akan potensi dan sumber daya mempunyai peluang yang sangat besar untuk dikembangkan terutama untuk industri pariwisata. Karena pariwisata mampu menghasilkan pendapatan yang tinggi hingga dijadikan sebagai modal dalam pembangunan baik tingkat lokal, regional, maupun nasional.

Jepara dapat dibagi dalam empat wilayah yaitu wilayah pantai di bagian pesisir barat dan utara, wilayah pegunungan dibagian timur yang merupakan lereng barat dari gunung muria dan wilayah perairan atau kepulauan di bagian utara merupakan serangkaian kepulauan karimunjawa. Seperti pantai bandengan yang merupakan salah satu potensi wisata di jepara. Dengan keunggulan pantai bandengan daripada pantai lainnya yaitu, pantai bandengan memiliki pasir yang berwarna putih bertekstur halus dan ombak yang tenang serta pemandangan yang sangat indah yang dapat dinikmati

oleh setiap mata yang memandang.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keefektifan pemasaran pantai bandengan meliputi: 1). Komitmen orientasi promosi. 2) Kesadaran partisipasi Masyarakat membangun desa wisata. 3) Peran pemerintah dalam mendukung pengembangan pariwisata. Namun dimasa saat ini tempat-tempat wisata masih ditutup karena adanya pandemi yang merabak diseluruh dunia hingga mengakibatkan terpuruknya ekonomi. Pandemi tersebut dinamakan pandemi virus corona yang biasa dikenal dengan nama Covid-19. Pandemi virus corona baru ditemukan pada akhir tahun 2019. Terdapat perbedaan lonjakan pengunjung dari masa sebelum pandemi dan pada masa pandemi.

Seperti tujuan berwisata di pantai bandengan ini yang menjadi pilihan wisatawan. Efektivitas pemasaran sangat diperlukan untuk pengembangan destinasi wisata, Efektivitas adalah hasil akhir berhasil atau tidaknya strategi yang telah direncanakan sebelumnya (Kurniawan, 2015).

Dari uraian tersebut peneliti terdorong untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Efektivitas Pemasaran Destinasi Wisata di Jepara (Studi Pada Destinasi Wisata Pantai Bandengan, Jepara)”**.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah dijelaskan, dapat dirumuskan permasalahan:

1. Bagaimana Komitmen Orientasi Promosi berpengaruh terhadap Perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.
2. Bagaimana Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata berpengaruh terhadap Perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.
3. Bagaimana Peran Pemerintah berpengaruh terhadap Perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.
4. Bagaimana Komitmen Orientasi Promosi, Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah secara simultan berpengaruh terhadap Perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.

1.2 Tujuan Penelitian

1.2.1 Tujuan Umum

Mengetahui Efektivitas Pemasaran mempengaruhi Perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mempelajari Komitmen Orientasi Promosi mempengaruhi Perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.
2. Mempelajari Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata mempengaruhi

Perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.

3. Mempelajari Peran Pemerintah mempengaruhi Perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.
4. Mempelajari Komitmen Orientasi Promosi, Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah secara simultan berpengaruh terhadap Perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.

1.3 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi semua pihak, adapun manfaatnya antara lain :

1. Bagi Pengembangan Khasanah Ilmu Pengetahuan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan kepada masyarakat tentang efektivitas pemasaran wisata pantai bandengan untuk perkembangan destinasi wisata di kabupaten jepara.
2. Bagi Pengembangan Kebijakan Operasional
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan gambaran bagi pemerintah daerah Kabupaten Jepara dalam menentukan kebijakan serta menentukan arah dan strategi pemasaran pada daerah wisata pantai Bandengan.

3. Bagi Acuan Pengembangan Kebijakan Jangka Panjang Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dalam pengembangan Obyek Wisata Bandengan sebagai Destinasi Wisata yang semakin berkembang.

2.1 Landasan Teori

Landasan teori merupakan serangkaian konsep, definisi, dan proposisi yang terbentuk secara rapi dan sistematis dengan variabel-variabel sebuah penelitian. Landasan teori ini akan menjadi dasar yang kuat dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan. Teori yang digunakan ini bukan hanya sekedar pendapat lain atau pendapat pengarang, tetapi teori ini benar-benar telah teruji kebenarannya.

2.2 Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah suatu kegiatan berpindah sementara dalam waktu tertentu ke tempat tujuan-tujuan diluar tempat yang mereka tinggali dengan melakukan kegiatan sesuai tujuan mereka (Lubis, 2019).

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Kunjungan ke objek wisata bagi wisatawan merupakan keputusan yang sangat berpengaruh terhadap pendapatan yang dimiliki. Kurva permintaan menunjukkan bahwa kekuatan wisatawan untuk melakukan pembelian ditentukan oleh tingkat hidup dan intensitas

perjalanan, dengan kata lain semakin besar pendapatan seorang wisatawan yang dapat dipakai, maka kemungkinan akan melakukan perjalanan wisata sesuai dengan keinginan. Permintaan untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh Aksesibilitas seperti jarak dari tempat asal wisatawan ke lokasi objek wisata dan juga transportasi yang memadai.

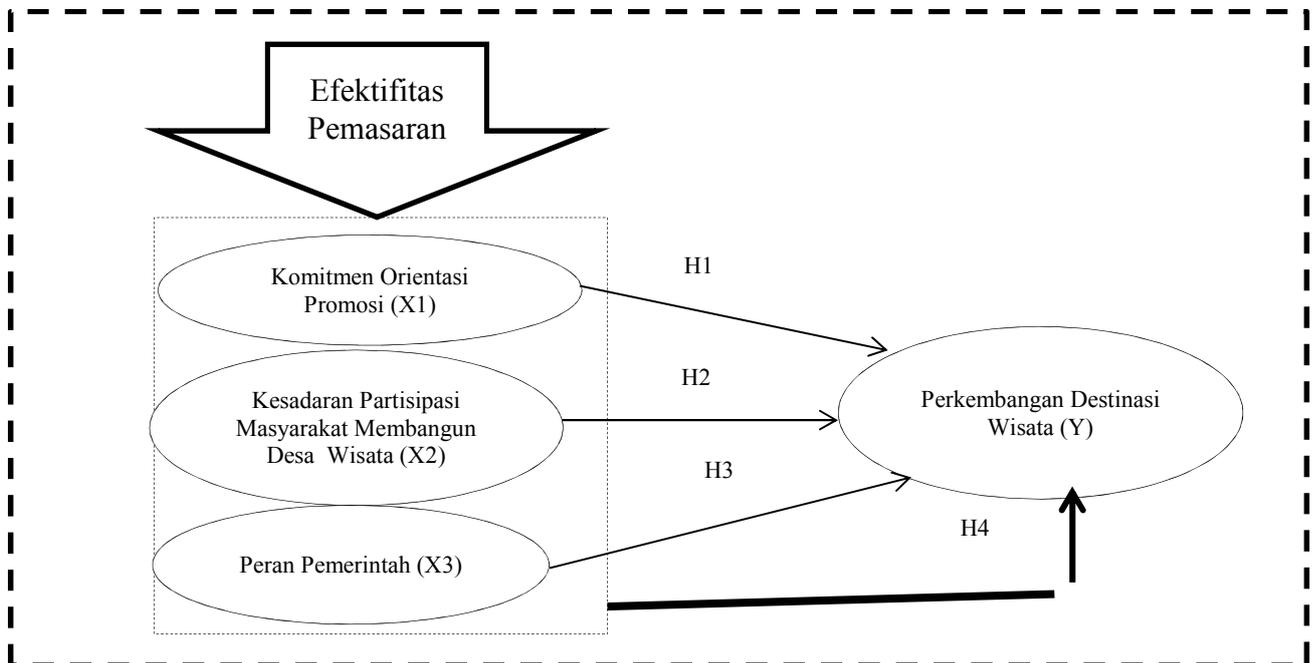
Ketersediaan fasilitas di objek wisata akan sangat diperhatikan oleh wisatawan. Fasilitas yang dimaksud antara lain adalah fasilitas ibadah, restoran, taman bermain, hiburan, kamar kecil dan fasilitas pendukung lainnya. Fasilitas merupakan unsur industri pariwisata yang sangat penting. Berapa pun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika fasilitasnya tidak memadai, maka keinginan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut akan diurungkan. Dengan begitu maka dapat ditentukan faktor yang mempengaruhi perkembangan destinasi wisata.

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Perkembangan Destinasi Wisata. Penelitian ini menggambarkan variable Komitmen Orientasi Promosi, Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah dengan begitu dapat dirumuskan kerangka pemikiran dan

hipotesis sebagai berikut:

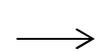
Gambar 2.7

Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: Dikembangkan dalam penelitian

Keterangan Gambar:

-  = Ruang lingkup penelitian
-  = Arah efektivitas Pemasaran meliputi
-  = Ruang lingkup secara simultan
-  = Variabel Independen dan dependen
-  = Berpengaruh secara persial
-  = Berpengaruh secara simultan

Ada pun hipotesis yang dapat diajukan berdasarkan permasalahan diatas adalah: Berdasarkan hubungan antar tujuan penelitian serta kerangka pemikiran teoritis terhadap rumusan masalah penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- H1 = Komitmen Orientasi Promosi berpengaruh positif terhadap perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.
- H2 = Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata berpengaruh positif terhadap perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.
- H3 = Peran Pemerintah berpengaruh positif terhadap perkembangan Destinasi

Wisata di Kabupaten Jepara.

H4 = Komitmen Orientasi Promosi, Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah secara simultan berpengaruh positif terhadap perkembangan Destinasi Wisata di Kabupaten Jepara.

2.4 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pantai Bandengan, Desa Bandengan, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Objek penelitian yang menjadi titik fokus adalah Efektivitas Pemasaran yang berupa Komitmen Orientasi Promosi, Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah sebagai variabel bebas dan Perkembangan Destinasi Wisata sebagai variabel terikat. Subjek penelitian adalah Masyarakat dan Pemerintah yang berperan langsung terhadap Wisata Pantai Bandengan Kabupaten Jepara.

2.5 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah bentuk peristiwa dari seluruh gabungan elemen, orang atau hal yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Augusty, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penduduk di Desa Bandengan yang diperoleh dari website resmi Desa Bandengan dengan

jumlah penduduk pada tahun 2019 sebesar 8.544 jiwa dengan total kepala keluarga sebesar 2.815 KK.

2. Sampel

Sampel adalah proses memilih sejumlah elemen dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Sekaran, 2006 dalam Anifah, 2020).

Besarnya sampel sangat dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain tujuan penelitian. Bila penelitian bersifat deskriptif, maka umumnya membutuhkan sampel yang besar, tetapi bila penelitiannya hanya untuk menguji hipotesis, dibutuhkan sampel dalam jumlah yang lebih sedikit.

Semakin besar sampel akan semakin besar kemungkinan untuk membuat keputusan yang tepat dalam menolak hipotesis nol atau yang dikenal sebagai *statistical power*, walaupun sampel yang besar membutuhkan biaya dan pengorbanan yang juga besar.

Dari berbagai sumber seperti Roscoe 1975 (dalam Sekaran, 2003, Hair dkk, Tabachic & Fidell) diperoleh beberapa pedoman umum yang dapat digunakan oleh penelitian untuk menentukan besarnya sampel penelitiannya sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah memadai bagi kebanyakan penelitian.
2. Bila sampel dibagi-bagi dalam beberapa sub sampel, maka minimum 30 untuk setiap kategori sub sampel sudah memadai.
3. Dalam penelitian multivariate (termasuk yang menggunakan analisis regresi multivariat) besarnya sampel ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen. Analisis regresi dengan 4 variabel independen membutuhkan kecukupan sampel sebanyak 100 sampel responden.
4. Analisis SEM membutuhkan sampel sebanyak paling sedikit 5 kali jumlah variabel indikator yang digunakan. Penelitian dengan 20 indikator membutuhkan sampel sebanyak 20 x 5 atau 100 sampel, apalagi dalam pengujian Chi-Square model SEM yang sensitif terhadap jumlah sampel, dibutuhkan sampel yang baik berkisar antara 100 - 200 sampel untuk teknik maximum likelihood estimation.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* adalah sebuah metode sampling non random sampling dimana

periset memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas spesial yang cocok dengan tujuan riset sehingga diharapkan bisa menanggapi kasus riset (Lenaini,2021).

Sampel yang diambil dalam penelitian ini dengan kriteria responden sebagai berikut:

Kriteria Internal

1. Responden tercatat sebagai Penduduk Desa Bandengan Kabupaten Jepara.
2. Responden berusia 17-50 tahun.
3. Responden bersedia untuk menjadi sampel penelitian.

Kriteria Eksternal

1. Responden yang tidak tercatat sebagai Penduduk Desa Bandengan Kabupaten Jepara.

Cara menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Rao Purba (1996), yaitu sebagai berikut:

Rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4 (\text{moe})^2}$$

Keterangan:

- | | | |
|---|---|--|
| N | = | Jumlah Sampel |
| Z | = | Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penelitian (95 % = 1,96) |

moe = *margin of error* (kesalahan maksimum yang bisa ditolerir sebesar 5%)

$$n = \frac{Z^2}{4 (\text{moe})^2}$$

$$n = \frac{(0,95)^2}{4 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{0,0925}{4 (0,0025)}$$

$$n = \frac{0,0925}{0,01}$$

$$n = 90,25$$

Jadi berdasarkan rumus diatas dapat diambil sampel penelitian sebanyak 90,25 orang, untuk menghindari kemungkinan sampel penelitian yang *droup out*, maka perlu penambahan sebesar 10% menjadi 100 responden.

2.6 Jenis dan Sumber Data

1. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berbentuk tulisan baik berupa dokumen resmi sebagai sarana pengumpulan teori yang berkaitan dengan penelitian (Hapsah, 2016). Maka dari itu data sekunder adalah data yang diperoleh dengan cara tidak langsung dari sumbernya atau data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dari informasi dan dokumen mengenai variabel-variabel yang diteliti.

2. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung berupa wawancara atau tanya jawab secara langsung kepada informan-informan yang telah ditentukan (Hapsah, 2016). Maka dari itu Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati, dan dicatat pertama kalinya. Sumber data primer ini dari responden yang merupakan wisatawan Pantai bandengan, yang terdiri dari tanggapan responden, terhadap Komitmen Orientasi Promosi, Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah.

2.7 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan aspek yang sangat penting dalam keberhasilan suatu penelitian. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data dengan kuesioner.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir yang berisi pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang untuk mendapatkan tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Alfarabi, 2016).

2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah acuan

untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur. Skala pengukuran dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Skala Likert* (maula, 2020). *Skala likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi seseorang. Dalam pengukurannya, setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu pertanyaan yang sudah dibuat.

2.8 Metode Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan mengolah data yang diperoleh sehingga dapat mengetahui kebenaran atau ketidakbenaran dari suatu hipotesa (maula, 2020). Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif melalui analisis regresi berganda melalui hasil olah data SPSS (*Statistical Package for Social Science*) for windows version 16.

1. Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif adalah suatu bentuk analisa yang berdasarkan dari data yang dinyatakan kedalam bentuk berupa uraian (maula, 2020)

2. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah

Correlations X1

	1.1	1.2	1.3	1.4	1
Pearson Correlation	1	.454**	.347* *	.380**	.687* *
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.454**	1	.634* *	.506**	.798* *
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.347**	.634**	1	.762**	.860* *
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.380**	.506**	.762* *	1	.843* *
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.687**	.798**	.860* *	.843**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

analisa menggunakan angka dan perhitungan dengan metode statistik, dengan demikian harus diklarifikasi dalam kategori tertentu menggunakan sebuah tabel, untuk mempermudah dalam menganalisis dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) for windows version 16. Adapun alat analisis yang

digunakan yaitu uji validitas dan uji reabilitas.

4.1 Uji Kualitas Data

Pengukuran analisis statistik deskriptif dari hasil kuesioner yang bertujuan untuk menentukan nilai Korelasi. Adapun variable yang digunakan antara lain Komitmen Orientasi Promosi, Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah sebagai variabel independen. Sedangkan Perkembangan Destinasi Wisata sebagai variabel dependen. Hasil uji statistik deskriptif untuk variabel dependen dan variabel independen dapat disajikan dalam table berikut:

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Jadi apabila semakin tinggi validitas suatu alat ukur maka alat ukur akan mengenai pada sasarannya atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur (Nuha,2021).

A. Uji validitas variabel X1

Tabel 4.3

uji validitas instrument pertanyaan kuesioner pada variabel X1 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh nilai korelasi item pertanyaan dengan total item pertanyaan menghasilkan nilai diatas 0,3 sehingga dapat disimpulkan seluruh pertanyaan pada variabel X1 memenuhi asumsi uji validitas. Hal tersebut juga didukung dengan nilai signifikansi masing-masing item yang kurang dari 0,05.

A. Uji validitas variabel X2

Correlations X2

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.764**	.672**	.624**	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.764**	1	.819**	.786**	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.672**	.819**	1	.840**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.624**	.786**	.840**	1	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.852**	.936**	.919**	.900**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4.4

Berdasarkan hasil uji validitas instrument pertanyaan kuesioner pada variabel X2 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh nilai korelasi item pertanyaan dengan total item pertanyaan menghasilkan nilai diatas 0,3 sehingga dapat disimpulkan seluruh

pertanyaan pada variabel X2 memenuhi asumsi uji validitas. Hal tersebut juga didukung dengan nilai signifikansi masing-masing item yang kurang dari 0,05.

B. Uji validitas variabel X3

		Correlations X3				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.614**	.462**	.524**	.763**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.614**	1	.685**	.653**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.462**	.685**	1	.758**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.524**	.653**	.758**	1	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.763**	.879**	.861**	.872**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4.5

Berdasarkan hasil uji validitas instrument pertanyaan kuesioner pada variabel X3 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh nilai korelasi item pertanyaan dengan total item pertanyaan menghasilkan nilai diatas 0,3 sehingga dapat disimpulkan seluruh pertanyaan pada variabel X3 memenuhi asumsi uji validitas. Hal tersebut juga didukung dengan nilai signifikansi masing-masing item yang kurang dari 0,05.

C. Uji validitas variabel Y

D.

Correlations Y

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.573**	.502**	.521**	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.573**	1	.549**	.427**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.502**	.549**	1	.669**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.521**	.427**	.669**	1	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.782**	.786**	.852**	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji validitas instrument pertanyaan kuesioner pada variabel Y diatas, dapat diketahui bahwa seluruh nilai korelasi item pertanyaan dengan total item pertanyaan menghasilkan nilai diatas 0,3 sehingga dapat disimpulkan seluruh pertanyaan pada variabel Y memenuhi asumsi uji validitas. Hal tersebut juga didukung dengan nilai signifikansi masing-masing item yang kurang dari 0,05.

4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

A. Uji Reliabilitas X1

Tabel 4.7

Reliability Statistics X1	
Cronbach's Alpha	N of Items
.806	4

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel X1 diperoleh nilai Cronbach alpha sebesar 0,806 dan secara nyata lebih besar dari kriteria 0,6 sehingga dapat disimpulkan variabel X1 memenuhi reliabilitas.

B. Uji Reliabilitas X2

Tabel 4.8

Reliability Statistics X2	
Cronbach's Alpha	N of Items
.922	4

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel X2 diperoleh nilai Cronbach alpha sebesar 0,922 dan secara nyata lebih besar dari kriteria 0,6 sehingga dapat disimpulkan variabel X2 memenuhi reliabilitas.

C. Uji Reliabilitas X3

Tabel 4.9

Reliability Statistics X3	
Cronbach's Alpha	N of Items
.866	4

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel X3 diperoleh nilai Cronbach alpha sebesar 0,866 dan secara nyata lebih besar dari kriteria 0,6 sehingga dapat disimpulkan

variabel X3 memenuhi reliabilitas

D. Uji Reliabilitas Y

Tabel 4.10

Reliability Statistics Y	
Cronbach's Alpha	N of Items
.823	4

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel Y diperoleh nilai Cronbach alpha sebesar 0,823 dan secara nyata lebih besar dari kriteria 0,6 sehingga dapat disimpulkan variabel Y memenuhi reliabilitas.

4.2.3 *Method Successive Interval* (MSI)

Analisis Method Of Successive Interval (MSI) digunakan untuk mengubah data yang berskala ordinal menjadi skala interval. Method Of Successive Interval (MSI) menurut Sugiyono (2013:25). Adapun perhitungannya bias di lihat pada lampiran.

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Tabel 4.11

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unst andardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000
	Std. Deviation	0000
	Absolute	.379
Most Extreme Differences	Positive	69668
	Negative	.129
Kolmogorov-Smirnov Z		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		-
		.129
		1.29
		3
		.071

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan uji kolmogorovsmirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,071 dan secara nyata lebih besar dari nilai kriteria uji probabilitas yakni 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Tabel 4.12

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.083	.218		.380	.705		
1							
Komitmen Orientasi Promosi (X1)	.442	.064	.431	6.864	.000	.711	1.406
Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata (X2)	.311	.056	.344	5.547	.000	.731	1.368
Peran Pemerintah (X3)	.279	.064	.291	4.349	.000	.627	1.594

Dependent Variable: Perkembangan Destinasi Wisata (Y)

Berdasarkan table diatas diperoleh informasi bahwa nilai tolerance variabel X1, X2, dan X3 secara berturut-turut sebesar 0,711, 0,731, dan 0,627 ketiganya secara nyata lebih dari nilai uji tolerance yakni 0,1. Kemudian berdasarkan nilai VIF diperoleh nilai untuk ketiga variabel independent sebesar 1,406, 1,368, dan 1,594 ketiga nilai tersebut terbukti bernilai kurang dari 10. Oleh karena itu berdasarkan nilai VIF dan tolerance dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

4.3.3 Hasil Uji Heteroskedasitas

Tabel 4.13

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.513	.142		3.614	.000
Komitmen Orientasi Promosi (X1)	-.066	.042	-.183	1.570	.120
1 Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata (X2)	-.067	.036	-.211	1.829	.071
Peran Pemerintah (X3)	.069	.042	.206	1.657	.101

Dependent Variable: ABSRES

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser diperoleh nilai signifikansi masing-masing variabel independent lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.14

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.083	.218		.380	.705		
Komitmen Orientasi Promosi (X1)	.442	.064	.431	6.864	.000	.711	1.406
1 Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata (X2)	.311	.056	.344	5.547	.000	.731	1.368
Peran Pemerintah (X3)	.279	.064	.291	4.349	.000	.627	1.594

Dependent Variable: Perkembangan Destinasi Wisata (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi diatas dapat dituliskan model persamaan regresi untuk model Perkembangan destinasi wisata sebagai berikut:

$$Y = 0,083 + 0,442 X_1 + 0,311 X_2 + 0,279 X_3 + e$$

1. Apabila diasumsikan tidak terjadi penambahan pada variabel X1 X2 dan X3 atau konstan, maka nilai Perkembangan destinasi wisata yang diperoleh sebesar 0,083.
2. Apabila terjadi penambahan nilai X1 sebesar 1 satuan dan variabel lain diasumsikan konstan maka akan terjadi penambahan nilai Perkembangan destinasi wisata sebesar 0,442.
3. Apabila terjadi penambahan nilai X2 sebesar 1 satuan dan variabel lain diasumsikan konstan maka akan terjadi penambahan nilai Perkembangan destinasi wisata sebesar 0,311.
4. Apabila terjadi penambahan nilai X3 sebesar 1 satuan dan variabel lain diasumsikan konstan maka akan terjadi penambahan nilai Perkembangan destinasi wisata sebesar 0,279.

4.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini berguna untuk melihat pengaruh variable independent dengan dependent, pengujian hipotesis ini meliputi beberapa uji yaitu uji t (persial), uji f (simultan) dan uji Koefisien Determinasi (R²)

4.5.1 Hasil Uji t (Persial)

Tabel 4.15

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.083	.218		.380	.705		
Komitmen Orientasi Promosi (X1)	.442	.064	.431	6.864	.000	.711	1.406

Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata (X2)	.311	.056	.344	5.547	.000	.731	1.368
Peran Pemerintah (X3)	.279	.064	.291	4.349	.000	.627	1.594

Dependent Variable: Perkembangan Destinasi Wisata (Y)

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Komitmen Orientasi Promosi (X1) $6,864 > 1,984$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Nilai signifikansi uji t untuk variabel X1 sebesar 0,000 nilai tersebut secara nyata kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan variabel X1 yakni Komitmen Orientasi Promosi secara signifikan memberikan pengaruh terhadap Perkembangan Destinasi Wisata (Y).
2. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata (X2) $5,547 > 1,984$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Nilai signifikansi uji t untuk variabel X2 sebesar 0,000 nilai tersebut secara nyata kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan variabel X2 yakni Komitmen Orientasi Promosi secara signifikan memberikan pengaruh terhadap Perkembangan Destinasi Wisata (Y).
3. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Peran Pemerintah (X3) $4,349 > 1,984$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Nilai signifikansi uji t untuk variabel X3 sebesar 0,000 nilai tersebut secara nyata kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan variabel X3 yakni Komitmen Orientasi Promosi secara signifikan memberikan pengaruh terhadap Perkembangan Destinasi Wisata (Y).

4.5.2 Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 4.16

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	38.742	3	12.914	86.860	.000 ^b
Residual	14.273	96	.149		
Total	53.014	99			

a. Dependent Variable: Perkembangan Destinasi Wisata (Y)

b. Predictors: (Constant), Peran Pemerintah (X3), Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata (X2), Komitmen Orientasi Promosi (X1)

Berdasarkan hasil uji F diatas dapat diperoleh $F_{hitung} 86.860 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 dan secara nyata kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan secara simultan atau Bersama-sama variabel X1, X2, dan X3 memberikan pengaruh terhadap Perkembangan Destinasi Wisata (Y).

4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.17

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 ^a	.731	.722	.38558

a. Predictors: (Constant), Peran Pemerintah (X3), Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata (X2), Komitmen Orientasi Promosi (X1)

b. Dependent Variable: Perkembangan Destinasi Wisata (Y)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi diatas diperoleh nilai R square sebesar 0,731 dan dapat diinterpretasikan bahwa variabel X1, X2, dan X3 mampu menjelaskan Perkembangan Destinasi Wisata sebanyak 73,1% sedangkan sisanya 26,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikutkan dalam model regresi.

4.6 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana Komitmen Orientasi Promosi, Kesadaran Partisipasi Membangun Desa Wisata, Peran Pemerintah berpengaruh terhadap Perkembangan Destinasi Wisata Pantai Bandengan. Berdasarkan analisis dengan regresi berganda maka diperoleh hasil-hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Komitmen Orientasi Promosi Terhadap Perkembangan Destinasi Wisata

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari

pengujian terhadap regresi, didapatkan nilai koefisien regresi sebesar 0,442 dengan tingkat signifikan 0,000. Hasil ini membuktikan bahwa variabel Komitmen Orientasi Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi Wisata. Hasil arah koefisien positif pembuktian empiris tersebut, maka Hipotesis 1 (H₁) yang menyatakan Komitmen Orientasi Promosi berpengaruh positif terhadap Perkembangan Destinasi Wisata

diterima.

Hasil ini sama dengan penelitian sebelumnya Ita Purnama dan Fenny Aryani (2019), yang menyatakan bahwa Komitmen Orientasi Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi Wisata.

Soebagyo (2012:156) dalam aryani 2019 menyatakan bahwa kegiatan promosi perlu dilakukan dengan membentuk sistem informasi yang handal dan membangun kerjasama yang baik dengan pusat-pusat informasi pariwisata lainnya.

Penelitian ini menunjukkan Komitmen Orientasi Promosi berpengaruh positif dan signifikan, hal ini dapat diartikan Komitmen Orientasi Promosi dapat menjadi pendukung terhadap Perkembangan Destinasi Wisata.

2. Pengaruh Kesadaran Partisipasi Masyarakat Terhadap Perkembangan Destinasi Wisata

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian terhadap regresi, didapatkan nilai koefisien regresi sebesar 0,311 dengan tingkat signifikan 0,000. Hasil ini membuktikan bahwa variabel Kesadaran Partisipasi Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi Wisata. Hasil arah koefisien positif pembuktian empiris tersebut, maka Hipotesis 2 (H₂) yang menyatakan Kesadaran Partisipasi

Masyarakat berpengaruh positif terhadap Perkembangan Destinasi Wisata diterima.

Hasil ini sama dengan penelitian sebelumnya Puspita Dewi Wulaningrum (2018), yang menyatakan bahwa Kesadaran Partisipasi Masyarakat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi Wisata.

Pariwisata yang dikelola oleh masyarakat lokal dengan menitik beratkan pada prinsip keberlanjutan lingkungan, social, dan budaya untuk membantu wisatawan agar dapat memahami dan mempelajari tatacara hidup masyarakat lokal (tyas,2018).

Penelitian ini menunjukkan Kesadaran Partisipasi Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan, hal ini dapat diartikan Kesadaran Partisipasi Masyarakat dapat menjadi pendukung terhadap Perkembangan Destinasi Wisata.

3. Pengaruh Peran Pemerintah Terhadap Perkembangan Destinasi Wisata

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian terhadap regresi, didapatkan nilai koefisien regresi sebesar 0,279 dengan tingkat signifikan 0,000. Hasil ini membuktikan bahwa variabel Peran Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Perkembangan Destinasi Wisata. Hasil arah koefisien positif pembuktian empiris tersebut, maka Hipotesis 3 (H_3) yang menyatakan Peran Pemerintah berpengaruh positif terhadap Perkembangan Destinasi Wisata diterima.

Hasil ini sama dengan penelitian sebelumnya Isnaini Rodiyah (2018), yang menyatakan bahwa Peran Pemerintah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi Wisata.

Lestari (2017) pemerintah berperan dalam menyukseskan kebijakan seperti pembuat kebijakan secara umum dan regulasi perijinan serta kebijakan yang memihak pada masyarakat dan mengontrol pihak-pihak swasta yang berinvestasi.

Penelitian ini menunjukkan Peran Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan, hal ini dapat diartikan Peran Pemerintah dapat menjadi pendukung terhadap Perkembangan Destinasi Wisata.

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Uji t untuk penelitian ini adalah
 - a. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Komitmen Orientasi Promosi (X1) $6,864 > 1,984$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. maka H_a diterima dan H_o ditolak, maka Komitmen Orientasi Promosi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi Wisata.

- b. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata (X2) $5,547 > 1,984$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. maka H_a diterima dan H_o ditolak, maka Kesadaran Partisipasi Masyarakat Membangun Desa Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi Wisata.
 - c. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Peran Pemerintah (X3) $4,349 > 1,984$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. maka H_a diterima dan H_o ditolak, maka Peran Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Destinasi Wisata.
2. Berdasarkan hasil uji F diatas dapat diperoleh $F_{hitung} 86,860 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Nilai signifikansi uji F sebesar $0,000$ dan secara nyata kurang dari $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan secara simultan atau Bersama-sama variabel X1, X2, dan X3 memberikan pengaruh terhadap Perkembangan Destinasi Wisata (Y).
 3. Hasil Analisis Regresi Linier berganda pada penelitian ini adalah

$$Y = 0,083 + 0,442 X_1 + 0,311 X_2 + 0,279 X_3 + e$$

4. Hasil koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R square sebesar 0,731 dan dapat diinterpretasikan bahwa variabel X_1 , X_2 , dan X_3 mampu menjelaskan Perkembangan Destinasi Wisata sebanyak 73,1% sedangkan sisanya 26,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikutkan dalam model regresi.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai pertimbangan untuk lebih lanjutan, yaitu sebagai berikut:

1. Perlu adanya metode penelitian lebih lanjut dalam upaya meningkatkan pengembangan destinasi wisata.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel pengaruh pengolahan destinasi wisata secara maksimal terhadap pengembangan wisata.
3. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tolak ukur dalam meningkatkan destinasi wisata di Kabupaten Jepara.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Moh Nurul. 2020. "Profil Wilayah Desa-Desa Bandengan". Sumber <http://bandengan.jepara.go.id> (17 Desember 2021).
- Andrianti, Nita, Tanto L. 2019. "**Pengembangan Desa Wisata Melalui Penguatan Strategi Komunikasi Pariwisata**". Yogyakarta. SENADIMAS UNISRI.
- Atmojo, Muhammad Eko, DKK. 2017. "Efektivitas Dana Desa Untuk Pengembangan Potensi Ekonomi Berbasis Partisipasi Masyarakat di Desa Bangunjiwo": *Dana Desa 7 Volume 5 No 1*.
- Avinda, Chintiya Betari, I Nyoman S, Ni Made O.K. 2016. "Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata)": *Jurnal IPTA Volume 4 Nomor 1*.
- Burhanuddin. 2019. "Efektivitas Promosi Wisata Melalui Event Paralayang Desa Mantar Dalam Menarik Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Sumbawa Barat". *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Damanik, Janianto, Helmut F. 2006. "**Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi**". Yogyakarta. C.V Andi Offset.
- Darmansyah, 2015. "Tiga Faktor Utama Dalam Strategi Pemasaran". Sumber <http://darmansyah.weblog.esaunggul.ac.id> (16 September 2021).
- Fadila, Rizki Nur, Nunuk P, Dwi R.H. 2017. "Efektivitas Komunikasi Pemasaran Kampung Budaya Sindangbarang Di Desa Pasir Eurih Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor": *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Volume 1 No 3 (277-286)*.
- Febrianingrum, S.R, Nur M dan Hakimatul M. 2019. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Pariwisata Pantai Di Kabupaten Purworejo": *Desa-Kota Volume 1 No 2 (130-142)*.
- Ferdinand, Augusty. 2014. "**Metode Penelitian Manajemen**". Edisi 5. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. 1995. "**Multivariate Data Analysis (Fourth ed.)**". New Jersey: Prentice Hall.
- Hanajayani, Gangsar, S Sariffuddin. 2018. "Mengatur Desa Wisata: Peran Tokoh Masyarakat Membangun Inisiatif Kolektif Dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Komunitas": *TATA LOKA Volume 20 No 2 : PLANOLOGI UNDIIP*.
- Hapsah, Siti. 2016. "Peran Dinas Kebudayaan Pariwisata Dan Kominfo Kota Samarinda Dalam Pengembangan Kawasan Wisata Di Kota Samarinda": *eJournal Ilmu Pemerintahan 4 Volume 3* (ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id): Copyright.
- Kalebos, Fatmawati. 2016. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan": *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Volume 4 No 3*.
- Lestari, Widi Asih, Firman F. 2017. "Peran pemerintah Kota Batu dalam implementasi kebijakan pembangunan pariwisata berdasarkan paradigma pembangunan

- berkelanjutan (sustainable development)”: *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik Volume 30 Nomor 3*.
- Lenaini, Ika. 2021. “Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling”: *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah Volume 6 Nomor 1*.
- Lubis, Umami Saputri. 2019. “Model Promosi Wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tapanuli Tengah dalam Pengembangan Pulau Mursala Sebagai Tujuan Wisata”. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Lumbanraja, Prihatin. 2009. “Pengaruh Karakteristik Individu, Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi (Studi Pada Pemerintah Daerah di Provinsi Sumatra Utara)”: *Jurnal Aplikasi Manajemen Volume 7 Nomor 2*.
- Maula, Alvi. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan”. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Nuha, Muchamad Ulin. 2021. “Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen”. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Ocsuanda, Vero. 2018. “Pengaruh Perkembangan Pariwisata Terhadap Perkembangan Kota”: *Jurnal Muara Sains, Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Kesehatan Volume 2 Nomor 1*.
- Oktaviani, Wanda Fazriah, Anna F. 2019. “Efektivitas Penggunaan Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten”: *Jurnal Komunikasi Pembangunan Volume 17 Nomor 1*.
- Purnama, Ita, Fenny A. 2019. “Strategi Promosi Terhadap Pengembangan Pantai Lakey Sebagai Destinasi Wisata Berbasis Bahasa Inggris”: *Jurnal Ilmiah Manajemen Volume 8 Nomor 1*.
- Raharjana, Destha Titi. 2012. “Membangun Pariwisata Bersama Rakyat: Kajian Partisipasi Lokal Dalam Membangun Desa Wisata di Dieng Plateau”: *Jurnal Kawistara Volume 2 Nomor 3*.
- Riswandi. 2013. “Strategi dan Program Pengembangan Pariwisata Bahari di Kabupaten Natuna. *Thesis*. Institut Pertanian Bogor.
- Rizeki, Dini N. 2021. “Mengenal Jenis-Jenis Pemasaran Beserta Contohnya”. Sumber <https://majoo.id/solusi/detail/pemasaran> (16 September 2021).
- Rodiyah, Isnaini, Isna F.A. 2018. “Komitmen Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Ekowisata Di Kabupaten Sidoarjo”: *Jurnal Ilmu Administrasi Publik Volume 3 Nomor 2*.
- Sekaran, Uma. 2003. “*Research Methods For Business, A Skill Building Approach*”. Fourth Edition. John Willey & Sons. Inc.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. 1996. “*Using Multivariate Statistics*”. (Third ed.). New York: Harpoer Collings College Publishers.
- Utami, Diah Catur. 2018. “Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat

Kepuasan Kunjungan Wisatawan”.
Skripsi. Universitas Muhammadiyah
Semarang.

Wihasta, Candra Restu.2010.”Perkembangan
Desa Wisata Kembang Arum dan
Dampaknya Terhadap Kondisi Sosial
Ekonomi Masyarakat Donokerto
Kecamatan Turi”: *Jurnal Bumi
Indonesia Volume 1 Nomor 1*.

Wulaningrum, Puspita Dewi. 2018. “
Pengembangan Kawasan Wisata
Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di
Kopirang 1 Dlingo”: *Jurnal
BERDIKARI Volume 6 No.2*.