

DAFTAR PUSTAKA

- Agitasari, D. A., Krisnanda, R., & Sani, F. E. A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Religi Makam Sunan Giri Gresik. *Jurnal Tesla*, 2(1), 28–36. <https://www.jurnal.unmer.ac.id/index.php/jt/article/view/7373>
- Arikunto Suharsimi. (2019). Jurnal Math Educator Nusantara: Wahana Publikasi Karya Tulis Ilmiah Di Bidang Pendidikan Matematika. *Jurnal Math Educator Nusantara: Wahana Publikasi Karya Tulis Ilmiah Di Bidang Pendidikan Matematika*, 1, 50. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/22566/6/Bab Iii.Pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/22566/6/Bab%20iii.pdf)
- Azzara, V. P., & Prasetyo, T. (2024). Analisis Konten Instagram Terhadap Minat Pengunjung (Studi Kasus: Museum Seni Rupa Dan Keramik). *Management & Accounting Expose E-Issn*, 7(1), 85–93.
- Cheng, & Lu. (2023). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Salah Satu Villa Di Alahan Panjang. *Jurnal Visionida*, 9(1), 7–16. <https://doi.org/10.30997/jvs.v9i1.8521>
- Fandy Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa. Cetakan ke-4, , Yogyakarta. CV Andi Offset
- Febriyanto. (2021). Pengaruh Promosi Online Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dimasa Pandemi Covid 19 Pada Berkah Mobil Medan. 72.
- Fedora Amanda, D., & Nurjayanti, W. (2024). Eksistensi Creative Hub Terhadap Minat Pengunjung Di Cagar Budaya Lokananta, Surakarta. *Prosiding (Siar) Seminar Ilmiah Arsitektur*, 215, 67–76.
- Fitriyanti, A., Noor, D. V., Ramli, M. R., Rachmat, I., Music, L., & Agustin, M. (2024). Pengaruh Daya Tarik Live Music Terhadap Minat Pengunjung Followers Instagram Mahato Coffe. 4(2), 1–9.
- Ghani, Y. A., Hamzah, F., Maulisti, D. B., & Shalomitha, S. R. (2024). Pengunjung “Semu” Sebagai Dampak Dari Promosi Digital Dan Implikasinya Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 6(1), 11–26. <https://doi.org/10.51977/jiip.v6i1.1421>
- Girsang, D., & Sipayung, N. L. (2021). Peran Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi Covid-19). *Jurnal Darma Agung*, 29(3), 416. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v29i3.1226>
- Gunawan, I. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif. *At-Taquadum*, 8(1), 29.
- Hair, & Et.Al. (2019). Metodologi Penelitian: Metodologi Penelitian. 36.
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui

- Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/Jmk.V11i01.14802>
- Hatyanto, T., Hartinah, S., Manajemen, M., Tegat, U. P., Article, I., & Article, H. (2024). Pengaruh Promosi Online , Citra Perguruan Tinggi , Dan Biaya Kuliah. 16(2), 210–222.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2018). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang). *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*, 21(1), 1–8.
- Jannah, D. N., Kristiansen, H. N., & Wibowo, M. S. (2024). Pengaruh Kearifan Lokal Terhadap Minat Pengunjung Di Desa Wisata Nongkosawit. *Jurnal Pariwisata*, 11(1), 28–39. <https://doi.org/10.31294/Par.V11i1.21456>
- Kotler dan Keller, 2012, *Marketing Management* Edisi 14, Global Edition Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* 15 Th Edition Pearson Education. Inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Eldiii13. Jilid 1. Jakarta : Elrlangga.
- Kuspriyono, T. (2017). Pengaruh Promosi Online Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian. *Perspektif*, Xv(2), 147–154.
- Maliada, A., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2023). Pengaruh Promosi Online Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Lambangan Pauno Di Desa Kendek. *Productivity*, 4(5), 616–624.
- Marshely, A., Fitria Anjayani, D., & Sanjaya, V. F. (2022a). Pengaruh Penggunaan Promosi Online Dan Endorsement Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Kalianda Halok Gagat*, 4(2), 93–100. <https://ojs.stiemkalianda.ac.id>
- Muh, W., Andi, F., & Siangka, N. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial Facebook Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Mangrove Wai Tumbur Desa Salubiro Kecamatan Karossa. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 6(2), 347–356.
- Nurgayatri, A. R. (2019). Pengaruh Promosi Online Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Online Promotion Effect On Social Media Consumer Buying Decisions Brand Elmeira. *E-Proceeding Of Management*, 3(3), 2679–2687.
- Nusi, K., Lukman, Suleman, N., & Abdullah, R. (2021). Hidrolisis Garam Description Of S Tudents ' Conceptual Understanding Of Salt Hydrolysis

- Material. *Jurnal Inovasi Pendidikan Sains*, 12(1), 118–127.
- Purnama, I. (2024). Pengaruh Promosi Online Dan Endorsmen Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Youth & Islamic Economic Journal*, 1(2), 14–20. [Http://Jurnalhamfara.Ac.Id/Index.Php/Yie/Article/View/76%0ahttps://Jurnalhamfara.Ac.Id/Index.Php/Yie/Article/Download/76/62](http://Jurnalhamfara.Ac.Id/Index.Php/Yie/Article/View/76%0ahttps://Jurnalhamfara.Ac.Id/Index.Php/Yie/Article/Download/76/62)
- Rangkuti, F. (2013). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. PT. GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA.
- Rini, F. A. S., Nurhayati, H., & Kumalasari, L. (2024). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Desa Wisata Samiran Kabupaten Boyolali Jawa Tengah. *Media Bina Ilmiah*, 24(7), 28–42.
- Roselie, L., Rahmanita, M., & Mariati, S. (2022). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Electronic Word-Of-Mouth Terhadap Minat Kunjungan Ke Telaga Biru Cicerem, Kuningan, Jawa Barat. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 11(2), 89–96. <https://doi.org/10.52352/Jbh.V11i2.882>
- Schiffman, & Kanuk, L. (2015). Perilaku Konsumen (7th ed.). Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sugiyono. (2011). Metodologi Penelitian. 1–23.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods). 1–781.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian. Alfabeta, Bandung, 27–44. <https://repository.unsri.ac.id/106058/>
- Tonda, F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Promosi Dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (Jmpd)*, 2(3), 181–194.
- Wahyuningsih, S., & Santoso, R. P. (2023). Pengaruh Strategi Promosi Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Objek Wisata Pemandian Pandan Sili Desa. Ngampungan Kec. Bareng Kab. Jombang. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 123–134. <https://doi.org/10.59024/Jise.V1i4.335>
- Wulan, E. N., Usman, B., & Warsari, D. (2024). Peran Strategi Pemasaran Online Terhadap Minat Kunjungan Pada Jakabaring Sport City Palembang. *Jurnal Wahana Media Ekonomika*, 21(2), 338–349.
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 14–27. <https://doi.org/10.38035/Jkmt.V1i1.8>

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PROMOSI ONLINE TERHADAP PENINGKATAN MINAT PENGUNJUNG DI PARIWISATA PUSAT PELATIHAN GAJAH DI DESA SUKA BARU KECAMATAN MARGA SAKTI SEBELAT

Peran dan partisipasi saudara/I dalam memberikan penilaian terhadap berbagai pernyataan dikuesioner ini sangat membantu keberhasilan penelitian yang sedang dilakukan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik, peneliti mengucapkan terima kasih.

A. IDENTITAS PENELITI

Nama : Pipit Sumiati
NPM : 1961201049
Universitas : Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Fakultas / program studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin :
☐ Laki-laki ☐ Perempuan
2. Usia saat ini : (pilih salah satu dibawah ini)
☐ 15-20 tahun ☐ 31-40 tahun
☐ 21-30 tahun ☐ 41-50 tahun

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Pilihlah jawaban pada kolom yang telah tersedia dengan memilih salah satu jawaban dengan memberi **tanda** (✓) pada kolom yang sesuai dengan penelitian anda.

SS = Sangat Setuju
ST = Setuju
RR = Ragu-Ragu
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

PERNYATAAN

1. Promosi Online (X₁)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa iklan online tentang Pusat Pelatihan Gajah memberikan informasi yang jelas dan memadai.					
2.	Promosi penjualan yang diberikan secara online mempengaruhi keputusan saya untuk berkunjung ke Pusat Pelatihan Gajah.					
3.	Informasi yang disampaikan oleh Pusat Pelatihan Gajah di platform online menciptakan kesan positif tentang tempat ini.					
4	Penawaran langsung yang saya terima membuat saya lebih tertarik untuk mengunjungi Pusat Pelatihan Gajah.					
5	Saya merasa lebih terhubung dan terdorong untuk mengunjungi Pusat Pelatihan Gajah setelah berbicara dengan perwakilan penjualan melalui media online.					

2. Minat Pengunjung (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tertarik untuk mencari informasi tentang tempat wisata ini.					
2.	Saya mempertimbangkan untuk berkunjung ke tempat ini					
3.	Saya ingin berkunjung ke tempat wisata ini dalam waktu dekat					

Lampiran 2. Tabulasi Sampel Awal

TABULASI DATA UJI VALID DAN RELIABEL

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	JML	Y1	Y2	Y3	JLM
1	3	4	4	4	15	4	4	5	13
2	3	4	5	3	15	4	5	2	11
3	4	4	5	3	16	4	5	4	13
4	4	3	4	5	16	3	4	3	10
5	4	5	5	3	17	5	4	5	14
6	3	3	3	4	13	3	3	3	9
7	5	5	4	4	18	5	3	5	13
8	4	3	3	3	13	3	4	3	10
9	5	5	4	4	18	5	5	5	15
10	4	5	5	3	17	5	5	5	15
11	3	4	4	3	14	4	4	4	12
12	4	4	5	3	16	4	4	4	12
13	3	4	4	4	15	4	3	4	11
14	3	4	4	5	16	4	4	4	12
15	4	5	5	4	18	5	4	5	14
16	3	3	3	4	13	3	3	3	9
17	4	3	3	3	13	3	3	3	9
18	4	3	3	4	14	3	3	3	9
19	5	5	4	3	17	5	5	5	15
20	4	5	5	4	18	5	5	5	15
Jml	76	81	82	73	312	81	80	80	241
Rata	3,80	4,05	4,10	3,65	15,6	4,05	4,00	4,00	12,05

Lampiran 3. Hasil Olah Data Sampel Awal

UJI VALIDITAS

No.	Variabel	Data Valid	R ² (R-tabel) N=20	Keterangan
Keputusan Minat Pengunjung				
1	Y1	0,514	0.444	Valid
2	Y2	0,473	0.444	Valid
3	Y3	0,468	0.444	Valid
Promosi Online				
1	X1	0,754	0.444	Valid
2	X2	0,636	0.444	Valid
3	X3	0,562	0.444	Valid
4	X4	0.673	0.444	Valid
	X5	0,538	0.444	Valid

UJI RELIABILITAS

No.	Variabel	Data	R ² (R-Tabel)	Keterangan
1	Minat Pengunjung (Y)	0.838	0.600	Reliabel
2	Promsi (X)	0.792	0.600	Reliabel

Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian

**PENGARUH PROMOSI ONLINE TERHADAP MENINGKATNYA MINAT PENGUNJUNG
DI PARIWISATA PUSAT PELATIHAN GAJAH DI DESA SUKA BARU
KECAMATAN MARGA SAKTI SEBELAT**

Resp	Promosi Online					TOTAL	Minat Pengunjung			TOTAL
	X1	X2	X3	X4	X5		Y1	Y2	Y3	
1	5	5	4	4	5	23	5	5	5	15
2	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
3	5	4	3	4	4	20	5	3	4	12
4	3	3	5	4	4	19	4	3	3	10
5	4	3	2	5	5	19	3	4	3	10
6	5	4	5	5	5	24	5	5	5	15
7	4	4	3	3	3	17	4	3	3	10
8	3	4	3	3	3	16	5	3	3	11
9	4	3	3	5	3	18	4	3	3	10
10	3	3	3	3	3	15	3	3	5	11
11	2	3	3	3	4	15	3	4	5	12
12	4	3	3	4	4	18	5	4	4	13
13	3	3	3	4	4	17	3	3	3	9
14	3	4	3	4	3	17	4	4	4	12
15	4	4	4	3	4	19	3	5	3	11
16	4	5	5	4	4	22	4	4	5	13
17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12

18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12
19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
21	3	4	4	4	5	20	4	3	3	10
22	4	4	5	5	3	21	5	4	4	13
23	4	3	4	4	4	19	4	4	4	12
24	4	5	5	4	4	22	4	4	4	12
25	3	3	3	3	5	17	4	3	4	11
26	5	5	4	5	5	24	3	4	3	10
27	4	3	3	3	3	16	4	4	4	12
28	5	5	4	4	3	21	5	5	4	14
29	4	5	5	4	4	22	4	5	4	13
30	3	4	4	4	3	18	4	4	4	12
31	4	4	5	5	4	22	5	4	4	13
32	3	4	4	4	4	19	4	3	4	11
33	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12
34	4	5	5	5	3	22	3	4	5	12
35	3	3	3	4	4	17	3	3	3	9
36	4	3	3	4	4	18	5	5	4	14
37	3	3	3	3	4	16	3	3	5	11
38	4	3	3	5	4	19	4	3	3	10
39	3	4	3	3	4	17	5	3	3	11
40	5	4	5	5	4	23	5	5	5	15
41	4	3	2	2	3	14	3	5	5	13

42	3	3	5	4	5	20	4	3	3	10
43	5	5	4	3	4	21	5	5	4	14
44	4	4	3	4	4	19	4	4	5	13
45	3	3	4	4	3	17	4	2	4	10
46	5	5	4	4	5	23	5	5	4	14
47	2	2	3	3	3	13	4	3	4	11
48	5	4	3	4	4	20	5	3	4	12
49	3	3	5	4	4	19	4	3	3	10
50	4	3	2	2	4	15	3	5	3	11
51	5	4	5	5	5	24	5	5	5	15
52	4	4	3	3	4	18	4	3	3	10
53	3	4	3	3	4	17	5	3	3	11
54	4	3	3	5	2	17	4	3	3	10
55	3	3	3	3	4	16	3	3	5	11
56	2	3	3	3	4	15	3	4	3	10
57	4	3	3	4	3	17	5	5	4	14
58	3	3	3	4	3	16	3	3	3	9
59	3	4	3	4	2	16	4	4	4	12
60	3	4	4	4	4	19	4	3	3	10
61	4	4	5	5	3	21	5	4	4	13
62	4	3	4	4	4	19	4	4	4	12
63	4	5	5	4	4	22	4	4	4	12
64	3	3	3	3	4	16	4	3	4	11
65	5	5	4	5	4	23	3	5	3	11

66	4	3	3	3	4	17	4	4	4	12
67	5	5	4	4	2	20	5	5	4	14
68	4	5	5	4	5	23	4	5	4	13
69	3	4	4	4	3	18	4	4	4	12
70	4	4	5	5	5	21	5	4	4	13
71	3	5	5	4	3	20	4	4	3	11
72	4	3	3	3	4	17	4	4	4	12
73	4	4	4	3	3	18	4	4	4	12
74	3	4	4	3	4	18	4	4	3	11
75	3	5	3	3	5	19	4	4	3	11
76	5	5	4	4	3	21	4	5	5	14
77	4	4	4	4	4	20	5	5	4	14
78	5	3	3	3	5	19	4	5	5	14
79	4	4	4	4	4	20	3	5	4	12
80	4	3	3	3	4	17	4	4	4	12
JUMLAH	300	303	297	306	304	1510	324	312	308	944
RATA2	3,75	3,75	3,71	3,82	3,80	18,8	4,05	3,9	3,85	11,8

Sumber: Data Penelitian 2024

Lampiran 5. Hasil Pengolah Data SPSS

1. Analisis Regresi Sederhana dan Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	Constant)	6.094	1.116		5.462	.000		
	Promosi Online	.302	.058	.505	5.161	.000	1.000	1.000
Dependent Variable: Minat Pengunjung								

2. Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.505 ^a	.255	.245	1.33615
a. Predictors: (Constant), Promosi Online				
b. Dependent Variable: Minat Pengunjung				

Tabel T

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Lampiran 6. Dokumentasi Kegiatan



