

## Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Kolam Renang ASB Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya)

**Adnan Robi Senjaya**

Universitas Perjuangan Tasikmalaya  
Email: [adnanrobi09@gmail.com](mailto:adnanrobi09@gmail.com)

**Ari Arisman**

Universitas Perjuangan Tasikmalaya  
Email: [Ariarisman@unper.ac.id](mailto:Ariarisman@unper.ac.id)

**Depy Muhamad Pauzy**

Universitas Perjuangan Tasikmalaya  
Email: [Depymuhamad@unper.ac.id](mailto:Depymuhamad@unper.ac.id)

Korespondensi penulis: [adnanrobi09@gmail.com](mailto:adnanrobi09@gmail.com)

**Abstract:** *This study aims to determine the effect of facilities and promotions simultaneously on the interest in visiting the ASB Rajapolah Swimming Pool. Partial influence of facilities and promotions on interest in visiting the ASB Rajapolah Swimming Pool. The method used in this research is quantitative with a survey approach. With a research sample of 100 people as ASB Rajapolah Swimming Pool respondents based on 100 known population data. The data used is primary data. The analytical tool used in this study is multiple linear regression using the SPSS support application version 25. The test results show that facilities and promotions simultaneously have a significant effect on visiting. Partially, the facility variable has a significant effect on the intention to visit, as well as the promotion variable, which partially has a significant effect on the intention to visit.*

**Keywords:** *Facilities, Promotion, Interest in Visiting*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan promosi secara simultan terhadap minat berkunjung pada Kolam Renang ASB Rajapolah. Pengaruh fasilitas dan promosi secara parsial terhadap minat berkunjung pada Kolam Renang ASB Rajapolah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif dengan pendekatan survey. Dengan sampel penelitian 100 orang sebagai responden Kolam Renang ASB Rajapolah berdasarkan 100 data populasi yang di ketahui. Data yang digunakan adalah data primer. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi support SPSS versi 25. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara simultan fasilitas dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Secara parsial variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung, begitu juga dengan variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung.

**Kata Kunci:** Fasilitas, Promosi, Minat Berkunjung

### LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam dan keindahan alam. Keindahan alam Indonesia dapat menjadi sumber daya pariwisata yang luar biasa dan jika dikelola dengan baik dapat menjadi sumber daya regional bahkan nasional. Setiap destinasi wisata mempunyai ciri khas dan keunggulan tertentu yang membuat Anda ingin mengunjungi destinasi wisata tersebut dibandingkan destinasi wisata lainnya.

Pariwisata dianggap sebagai sektor strategis yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengintegrasikan program dan kegiatan dalam berbagai sektor pembangunan. Oleh karena itu, wajar jika pariwisata disebut sebagai mesin pembangunan. Dengan mendorong pembangunan, pariwisata dapat meningkatkan perekonomian nasional. Menurut data yang dikutip, pariwisata

Indonesia saat ini mewakili sekitar 4% dari total perekonomian. Seperti yang dikatakan Menteri Pariwisata Arief Yahya, pariwisata adalah kunci pembangunan, kesejahteraan dan kebahagiaan. (Afandi, 2013)

Perekonomian global saat ini memudahkan wirausahawan untuk bersaing di dunia usaha. Perekonomian global ini semakin memberikan peluang kemitraan bisnis antar negara di dunia. Ini adalah peluang besar bagi mereka yang dapat melakukannya melalui perdagangan lintas batas.

Hal ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan pendapatan mereka tidak hanya dengan memenuhi permintaan dalam negeri, namun juga melalui perdagangan internasional, dan juga dapat meningkatkan produktivitas perusahaan dengan meningkatkan permintaan luar negeri. Tentu saja, *outsourcing* juga mempengaruhi pertumbuhan penjualan, namun juga menimbulkan risiko yang signifikan bagi perusahaan yang tidak dapat mengambil manfaat dari lingkungan ekonomi global dimana perusahaan asing memasuki suatu negara dengan tingkat penjualan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dalam negeri, kondisi ini jelas merugikan perusahaan dalam negeri.

Pariwisata merupakan bentuk usaha baru yang dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup, serta merangsang sektor produktif lainnya. Selain itu, pariwisata sebagai industri yang kompleks juga mencakup sektor-sektor klasik seperti seni dan cinderamata, akomodasi dan pariwisata. Namun ada juga faktor yang membuat wisatawan enggan mengunjungi suatu destinasi, seperti kurangnya keramah-tamahan pada resepsionis, jarak yang jauh dari titik awal wisatawan, produk dan harga wisata, serta waktu tempuh yang tidak tepat bagi wisatawan. Kesulitan dalam mencapai tujuan. Positioning dan strategi pemasaran yang tidak memadai. (Pandit, 2003:23)

Sehingga yang dimaksud dengan pembangunan tersebut seperti kolam renang yang berupa wisata buatan dengan konsep wahana hiburan bukanlah satu hal yang baru, dimana di setiap tempat daerah terutama di kota-kota besar di Indonesia telah banyak dibangun ataupun sudah lama dibangun. Namun saat ini dalam penelitian ini berfokus dalam membahas kolam renang “Arena Segar Bugar (ASB)” yang merupakan salah satu kolam renang yang berada Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya untuk olahraga renang dan rekreasi air. Arena Segar Bugar yang memiliki kolam desain dengan baik, aman, terawat. Air jernih serta dilengkapi seperti kantin, kamar ganti dan kamar mandi. Kolam renang ini juga ramah anak sehingga bisa mengajak anak untuk berenang. Kolam renang ini terbuka untuk umum.

**Tabel 1.1 Kunjungan Kolam Renang Arena Segar Bugar Tahun 2022**

BULAN	Jumlah Pengunjung (orang)
Januari	1040
Februari	1504
Maret	1470
April	1343
Mei	1165
Juni	1136
Juli	402
Agustus	698
September	3366
Oktober	1651
November	3143
Desember	1844

Sumber kolam renang ASB, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 jumlah yang berkunjung ke objek kolam renang ASB mengalami ketidakstabilan. Pengunjung paling sedikit terjadi pada rata-rata pengunjung bulan Juli yaitu sebesar 402 orang, karena pada bulan Juli saat itu merupakan bulan dimana anak-anak telah selesai liburan dan memasuki semester baru untuk kembali bersekolah, sehingga terjadi adanya penurunan pengunjung. Kunjungan terbanyak terjadi pada bulan September sebesar 3366 orang, hal itu terjadi karena biasanya bulan September merupakan bulan dimana siswa/siswi dari berbagai sekolah telah ujian akhir semester, sehingga banyak siswa/siswi yang praktek. Penurunan yang sangat drastis dari bulan Februari ke bulan Juli terjadi karena masih terdampak dari Covid-19 sehingga terjadi penurunan pengunjung.

Dapat kita lihat lonjakan penurunan pada Gambar 1.



**Gambar 1.1 Grafik Jumlah Kunjungan ASB 2022**

Jumlah pengunjung akan meningkat tergantung dengan minat pengunjung untuk mendatangi sebuah wisata hiburan yang meraka merasa nyaman. Minat berkunjung merupakan penggerak yang mengarahkan perhatian kepada orang atau benda lain. Minat merupakan daya penggerak yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada orang lain atau suatu hal. Minat kembali mengacu pada perilaku yang terjadi sebagai respons terhadap suatu produk dan kesediaan konsumen untuk kembali.

. Minat berperan sebagai motivator untuk mendorong seseorang melakukan suatu aktivitas tertentu. Selain itu, minat juga mempunyai aspek utama yaitu melakukan kegiatan yang menyenangkan dan menarik sehingga membentuk kebiasaan masyarakat.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat berkunjung ke objek air renang ASB yaitu fasilitas. Fasilitas adalah sesuatu yang disediakan baik berupa kelengkapan produk atau pelayanan jasa, dengan kenyamanan dan kelengkapan akan membuat orang memutuskan berkunjung ke objek kolam renang. Fasilitas yang di sediakan objek kolam renang anak, privat, tempat beribadah, taman bermain anak, dan kantin serta kamar mandi ganti. Fasilitas yang lengkap dan nyaman dapat memberikan daya tarik konsumen untuk berkunjung ke objek kolam renang dan merasa puas dengan apa yang telah disediakan.

Fasilitas pariwisata merupakan sarana menyeluruh yang bertujuan untuk menunjang terciptanya kenyamanan, kemudahan, dan keamanan wisatawan pada saat berkunjung ke suatu tempat wisata. Selain itu juga untuk mengelola sarana, peralatan, mesin dan perlengkapannya agar dapat dipergunakan untuk kepentingan pemerintah dalam melaksanakan tugasnya. Penilaian yang diperoleh dalam interaksi pelanggan dengan pusat layanan akan mempengaruhi kualitas layanan di mata pelanggan.

Objek wisata hiburan kolam renang ASB ini merupakan objek wisata yang merupakan salah satu Desa Manggungsari, Kecamatan Rajapolah, Kabupaten Tasikmalaya, yang berdekatan dengan perbatasan antara Kabupaten Tasikmalaya dan Kabupaten Ciamis, Namun hal ini pun kolam ini kurang promosi yang dilakukan melalui media sosial dan papan iklan. Promosi adalah suatu proses pemberitahuan produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada calon konsumen. Promosi yang tinggi akan meningkatkan daya tarik untuk berkunjung ke objek wisata air terjun apabila pengunjung merasa puas maka mereka akan berkunjung kembali apalagi dengan harga tiket yang cukup terjangkau.



**Gambar 1.2 Kolam Renang ASB**

Berdasarkan Gambar 1.2 yang dimana dapat dilihat lihat yang tersedia di kolam renang ASB. Fasilitas yang tidak dimiliki seperti perosotan untuk bermain anak-anak, Pancuran dan Ember air. Kekurangan Fasilitas ini yang membuat pengunjung kolam renang ASB pendapatan

tidak stabil. Dan promosi yang diberikan kepada calon pengunjung kurang harusnya memberikan promo yang menarik seperti diskon atau memberikan tiket gratis dengan syarat ketentuan berlaku agar daya minat berkunjung lebih banyak.

Promosi yang tinggi akan meningkatkan daya tarik untuk berkunjung ke kolam renang ASB apabila pengunjung merasa puas maka mereka akan berkunjung kembali apalagi dengan harga tiket yang cukup terjangkau. Promosi kolam renang ASB sangat unik, salah satunya promosi langsung antara pemilik dengan berbagai pihak konsumen, contohnya pihak sekolah dan pihak privat yang mempunyai perbedaan harga tiket. Harga tiket masuk untuk menikmati hiburan kolam renang ASB dapat dilihat Tabel 1.2 sebagai berikut

**Tabel 1.2 Harga Tiket Masuk**

Nomor	Tiket	Harga
1	Umum	Rp15.000
2	Siswa	Rp5.000
3	Privat	Rp10.000

Sumber kolam renang ASB

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa dimana dalam hal ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Minat Berkunjung Kolam Renang ASB”

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan penulis sendiri adalah metode penelitian Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif serta melakukan metode Survei. Metode ini dipakai bertujuan untuk menyajikan gambaran hasil telaah hubungan antar variable-variabel yang akan di teliti. Adapun untuk metode deskriptif ini bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah dipelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

Sedangkan metode survei menurut Sugiyono (2018:14) adalah Penelitian Survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Metode survei digunakan untuk mendapatkan data secara alamiah (bukan buatan), dengan melakukan tindakan pengumpulan data, seperti mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya.

Dalam penelitian survei ini, penulis melakukan penelitian langsung pada Pada Pengunjung Kolam Renang ASB Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya, untuk memperoleh data

yang berhubungan dengan penelitian ini. Data-data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan uji statistik agar ditemukan fakta dari masing-masing variabel yang diteliti agar dapat diketahui bagaimana pengaruhnya

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

**Tabel 2. Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Fasilitas di Kolam Renang ASB Rajapolah (X1)**

(1) No. Tabel	(2) Pernyataan	(3) Skor yang ditargetkan	(4) Skor yang dicapai	(5) Kriteria	(6) Persentase (%)
4.4	Fasilitas pada Kolam Renang ASB Rajapolah tergolong lengkap	500	329	Cukup Baik	65,80
4.5	Fasilitas pada Kolam Renang ASB Rajapolah bersih, rapih dan bagus sehingga menciptakan kenyamanan bagi pengunjung	500	339	Cukup Baik	67,80
4.6	Tampilan bagian dalam dan luar Kolam renang ASB Rajapolah terlihat indah	500	331	Cukup Baik	66,20
4.7	Tampilan bagian dalam dan luar Kolam renang ASB Rajapolah terlihat rapih	500	331	Cukup Baik	66,20
4.8	Fasilitas parkir yang disediakan luas	500	338	Cukup Baik	67,60
4.9	Fasilitas yang disediakan seperti (Kamar mandi, loker, Gazebo) tergolong melengkapi kebutuhan dasar pengunjung	500	344	Baik	68,80
4.10	Perabot yang tersedia sudah bagus	500	335	Cukup Baik	67
4.11	Adanya fasilitas perosotan di kolam renang menjadi nilai tambah	500	338	Cukup Baik	67,60
4.12	Kolam Renang ASB Rajapolah Menyediakan kantin yang nyaman	500	339	Cukup Baik	67,80
<b>Total</b>		<b>4500</b>	<b>3024</b>	<b>Cukup Baik</b>	<b>67,20</b>

Sumber: Data diolah penulis 2023.

**Tabel 3. Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi di Kolam Renang ASB Rajapolah (X2)**

(1) No. Tabel	(2) Pernyataan	(3) Skor yang ditargetkan	(4) Skor yang dicapai	(5) Kriteria	(6) Persentase (%)
4.16	Saya mendapatkan promosi mengenai Kolam Renang ASB Rajapolah melalui brosur	500	338	Cukup Baik	67,60
4.17	Periklanan sangat berperan dalam melakukan promosi	500	331	Cukup Baik	66,20
4.18	Promosi penjualan berpengaruh positif terhadap peningkatan minat pengunjung	500	332	Cukup Baik	66,40
4.19	Kolam Renang ASB Rajapolah mengalami peningkatan setelah melakukan promosi	500	326	Cukup Baik	65,20
4.20	Bermasyarakat adalah salah satu cara untuk meningkatkan promosi	500	330	Cukup Baik	66
4.21	Berkomunikasi dengan baik adalah sikap yang harus dimiliki para karyawan	500	342	Baik	68,40
<b>Total</b>		<b>3000</b>	<b>1999</b>	<b>Cukup Baik</b>	<b>66,63</b>

*Sumber: Data diolah oleh penulis 2023.*

**Tabel 4. Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Berkunjung pada Kolam Renang ASB Rajapolah(Y)**

(1) No. Tabel	(2) Pernyataan	(3) Skor yang ditargetkan	(4) Skor yang dicapai	(5) Kriteria	(6) Persentase (%)
4.25	Saya ingin berkunjung ke wisata Kolam Renang ASB Rajapolah	500	338	Cukup Tinggi	67,60
4.26	Saya ingin berkunjung bersama rekan saya	500	344	Tinggi	68,80
4.27	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke wisata Kolam Renang ASB Rajapolah	500	335	Cukup Tinggi	67
4.28	Saya akan mengatakan hal hal positif kepada orang lain	500	330	Cukup Tinggi	66
4.29	Beberapa hari kebelakang ini saya mencari informasi mengenai Kolam Renang ASB Rajapolah	500	331	Cukup Tinggi	66,20
4.30	Saya melakukan komunikasi dengan baik dengan admin Kolam Renang ASB Rajapolah	500	331	Cukup Tinggi	66,20
<b>Total</b>		<b>3000</b>	<b>2009</b>	<b>Cukup Tinggi</b>	<b>66,96</b>

*Sumber: Data diolah penulis 2023.*

## Pembahasan

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi

memenuhi asumsi normalitas. Berikut di bawah ini hasil uji normalitas untuk menguji seluruh data variabel penelitian yang berskala minimal ordinal dengan menggunakan ketentuan uji *Kolmogorof-Smirnov* dengan menggunakan program SPSS 25.

Dengan menggunakan *software* SPSS 25 diperoleh:

**Tabel 4. 1 Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1206.14531023
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.085
	Negative	-.110
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data primer, 2023.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji normalitas dari penelitian ini berdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-Tailed)* lebih besar dari taraf signifikan sebesar  $0,65 > 0,05$ .

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas pada variabel bebas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Pedoman suatu model yang bebas multikolinearitas apabila nilai VIF disekitar angka 1 dan tidak melebihi 10.

Dengan menggunakan *software* SPSS diperoleh:

**Tabel 4. 2 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	451.479	921.095		.490	.625		
	Total_X1	.375	.040	.563	9.272	.000	.362	2.764
	Total_X2	.383	.055	.420	6.911	.000	.362	2.764

a. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber: Data primer, 2023.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas, karena nilai *tolerance* kedua variabel sebesar  $0,362 >$

0,10 dan nilai VIF  $2.764 \leq 10$ , artinya data dalam penelitian ini baik karena tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat adanya ketidaksamaan variabel dari residual dalam model regresi. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Glejser yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas.

Dengan menggunakan software SPSS diperoleh:

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1	(Constant)	-179.650	605.933	-.296	.767
	Total_X1	.051	.027	1.909	.059
	Total_X2	-.032	.036	-.878	.382

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: Data primer, 2023.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas, karena nilai *Sig.* kedua variabel bebas yaitu fasilitas sebesar 0,059 dan promosi sebesar 0,382 melebihi taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5%, artinya data dalam penelitian ini baik karena terjadi kesamaan atau tetap yang disebut homokedastisitas.

### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah modul regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Pedoman untuk mendeteksi adanya autokorelasi dapat dilakukan dengan melihat nilai Durbin Watson, dimana jika nilai d dekat dengan 2, maka asumsi tersebut tidak terjadi autokorelasi terpenuhi

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Autokorelasi**

Model	Model Summary <sup>b</sup>				Durbin-Watson
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.933 <sup>a</sup>	.871	.868	1218.51636	1.858

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber: Data primer, 2023.

Dari tabel 4.36 diatas menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,858 dimana nilai 1,858 berada diantara nilai -2 dan +2. Hal ini menunjukkan bahwa persamaan regresi yang

dibangun dari variabel X (Fasilitas dan Promosi) terhadap variabel Minat Berkunjung (Y) tidak terindikasi adanya autokorelasi.

### **Pengaruh Fasilitas dan Promosi Secara Simultan Terhadap Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah**

Berdasarkan hasil analisis statistik nilai koefisien masing-masing variabel bebas (*independent*) yaitu Fasilitas ( $X_1$ ), dan Promosi ( $X_2$ ) terhadap Minat Berkunjung (Y) sebagai variabel terikat (*dependent*) dengan bantuan sebuah program aplikasi SPSS versi 25 telah menunjukkan nilai positif yang dapat di artikan bahwa variabel Fasilitas dan Promosi berkorelasi positif dengan Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah (lampiran 5 halaman 115) didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 451,479 + 0,375 X_1 + 0,383 X_2 + e$$

Nilai konstanta sebesar 451,479 menunjukkan bahwa jika variabel independen yaitu Fasilitas ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) dalam keadaan *constant* atau tidak mengalami perubahan (sama dengan nol), maka Minat Berkunjung (Y) adalah sebesar 451,479. Nilai koefisien regresi fasilitas ( $X_1$ ) sebesar 0,375 menunjukkan apabila Fasilitas mengalami kenaikan sebesar 100% dan promosi ( $X_2$ ) dalam keadaan *constant* atau tidak mengalami perubahan (sama dengan nol) maka akan meningkatkan Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah sebesar 37,5%. Begitu juga dengan nilai koefisien regresi promosi ( $X_2$ ) 0,383 menunjukkan apabila Promosi mengalami kenaikan sebesar 100% dan fasilitas ( $X_1$ ) dalam keadaan *constant* atau tidak mengalami perubahan (sama dengan nol) maka akan meningkatkan Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah sebesar 38,3%

Nilai koefisien korelasi (R) hasil dari perhitungan regresi (lampiran 5 halaman 115) adalah sebesar 0,933 yang menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara 2 variabel bebas Fasilitas dan Promosi dengan Minat Berkunjung termasuk dalam klasifikasi kategori yang sangat kuat karena berada dalam kriteria 0,80-1,000. Dalam arti semakin baiknya Fasilitas dan Promosi maka akan berpengaruh terhadap meningkatnya Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah.

Pengujian koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Minat Berkunjung. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square* (lampiran 5 halaman 115), hasil uji tabel regresi koefisien deteminasi *model summary* dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,871 hal ini menunjukkan arti bahwa atau sama dengan 87,1% artinya bahwa persentase pengaruh variabel Fasilitas dan Promosi mampu untuk menjelaskan Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah sebesar 87,1%, dan sisanya 12,9% dijelaskan

oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini. Yang artinya jika pengaruh Fasilitas dan Promosi sangat baik maka akan meningkat pada tingkat Minat Berkunjung konsumen.

Untuk mengetahui tingkat signifikansi dari pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa Fasilitas dan Promosi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah, sehingga  $H_a$  yang menyatakan Fasilitas dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah dapat diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya fasilitas yang baik dan promosi yang baik dapat mempengaruhi minat berkunjung pada Kolam Renang ASB Rajapolah.

Berdasarkan hasil penelitian diatas mengenai fasilitas dan promosi bersama-sama mempengaruhi minat berkunjung konsumen, pihak kolam renang ASB Rajapolah bisa menjadikan bahan evaluasi meskipun fasilitas sudah nyaman dan baik, seperti menambahkan perosotan untuk bermain anak-anak, pancuran, ember air dan membuat promosi yang menarik seperti diskon. Dengan mengkombinasikan kedua variabel ini maka akan mempengaruhi minat berkunjung di kolam renang ASB Rajapolah.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Vicky Dwi Kristanto, Dewi Urip Wahyuni (2019), Cicilia Iswidyamarsha, Yudhiet Fajar Dewantara (2020), Alita Novita Sari, Hijriyantomi Suyuthie (2022) yang menyatakan bahwa Fasilitas dan Promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Berkunjung.

### **Pengaruh Fasilitas Secara Parsial Terhadap Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah**

Nilai koefisien korelasi (R) hasil dari perhitungan regresi (lampiran 5 halaman 115) adalah sebesar 0,685 yang menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara Fasilitas dengan Minat Berkunjung termasuk dalam klasifikasi kategori yang kuat karena berada dalam kriteria 0,60 – 0,799. Dalam arti, semakin baiknya Fasilitas dan Promosi maka akan berpengaruh terhadap meningkatnya Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah.

Besar pengaruh Fasilitas terhadap Minat Berkunjung secara parsial adalah dengan mengkuadratkan nilai koefisien korelasi variabel Fasilitas (lampiran 5 halaman 115) terdapat pada kolom *Partial Tabel Coefficients* sebesar  $(0,685)^2 \times 100\% = 46,92\%$  sehingga besarnya pengaruh variabel Fasilitas terhadap Minat Berkunjung adalah sebesar 46,92%.

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh Fasilitas ( $X_1$ ) secara parsial terhadap Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah dapat dilihat dari nilai sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (nilai  $\alpha = 5\%$ ). dengan demikian  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, yang berarti

bahwa Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah. Artinya jika fasilitas meningkat maka akan meningkatkan Minat Berkunjung Kolam Renang ASB Rajapolah.

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang disediakan oleh pelaku usaha yang ditujukan bagi konsumen maupun pengunjung yang datang. Dengan adanya Fasilitas yang diberikan berpengaruh kepada kenyamanan serta kepuasan konsumen atau pengunjung. Fasilitas juga menunjang tingkat keberhasilan dari pelaku usaha tersebut.

Kolam Renang ASB Rajapolah memperhatikan Fasilitas dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya untuk menarik lebih banyak pengunjung untuk datang. Para pengunjung yang datang tertarik akan sarana dan prasarana yang tersedia. Artinya, Kolam Renang ASB Rajapolah menjadi suatu referensi bagi pengunjung untuk memenuhi apa yang menjadi selera rekreasi mereka. Upaya manajemen Kolam Renang ASB Rajapolah dalam meningkatkan minat berkunjung sangat bergantung pada fasilitas yang tersedia. Jika fasilitas yang tersedia sangat baik dan sesuai dengan keinginan para pengunjung maka akan meningkatkan minat berkunjung secara signifikan, begitupun sebaliknya jika pihak manajemen Kolam Renang ASB Rajapolah tidak memperhatikan fasilitas maka secara signifikan akan menurunkan tingkat minat berkunjung. Sehingga fasilitas memiliki keterkaitan yang signifikan terhadap minat berkunjung.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mohamad Rizal Nur Irawan, Levia Inggrit Sayekti, Ratna Ekasari (2021), Rismayanti Simatupang, Husni Mubarak, M.Abbas (2017), Heny Setyowati, Aditya Liliyan (2022) yang menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Berkunjung.

### **Pengaruh Promosi Terhadap Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah**

Nilai koefisien korelasi (R) hasil dari perhitungan regresi (lampiran 5 halaman 115) adalah sebesar 0,574 yang menunjukkan bahwa keeratan antara hubungan antara Promosi dengan Minat Berkunjung termasuk dalam klasifikasi kategori yang cukup kuat karena dalam kriteria 0,40 – 0,599. Dalam arti, semakin sering dan baiknya Promosi yang diberikan, maka akan berpengaruh terhadap meningkatnya Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah.

Besar pengaruh Promosi terhadap Minat Berkunjung secara parsial adalah dengan mengkuadratkan nilai koefisien korelasi variabel Promosi (lampiran 5 halaman 115) terdapat pada kolom *Partial Tabel Coefficients* sebesar  $(0,574)^2 \times 100\% = 32,94\%$  sehingga besarnya pengaruh variabel Promosi terhadap Minat Berkunjung adalah sebesar 32,94%.

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh Promosi ( $X_2$ ) secara parsial terhadap Minat Berkunjung pada Kolam Renang ASB Rajapolah dapat dilihat dari nilai *sig.* 0,000 yang

lebih kecil dari 0,05 (nilai  $\alpha = 5\%$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah. Artinya jika promosi meningkat maka akan meningkatkan Minat Berkunjung Kolam Renang ASB Rajapolah.

Promosi menjadi hal penting yang harus diperhatikan, karena promosi merupakan aspek pemasaran pada suatu produk dan jasa untuk meningkatkan tingkat penjualan atau pengenalan bidang usaha.

Kolam Renang ASB Rajapolah berperan untuk mengelola Promosi yang ditawarkan agar para pengunjung tertarik untuk datang. Kolam Renang ASB Rajapolah telah meningkatkan tingkat Minat Berkunjung dengan mengelola Promosi yang diberikan terhadap pengunjung. Tingkat Minat Berkunjung tersebut dipengaruhi oleh adanya timbal balik yang sesuai harapan bagi pengunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah. Berbagai model dari busana yang ditawarkan pun menjadi cara bagi Kolam Renang ASB Rajapolah untuk meningkatkan tingkat Minat Berkunjung.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung pada Kolam Renang ASB Rajapolah. Hal ini menunjukkan bahwa dengan Promosi yang baik maka akan sangat mempengaruhi tingkat Minat Berkunjung.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Holin Indra Ari Wibowo, Ninik Lukiana, Noer Aisyah Barlian (2019), Alita Novita Sari, Hijriyantomi Suyuthie (2022), Yuyun Mardiyani, Murwatiningsih (2015) yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Berkunjung.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan Fasilitas, Promosi dan Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah, dapat dibuat kesimpulan bahwa:

1. Fasilitas di Kolam Renang ASB Rajapolah terqualifikasi dengan kategori cukup baik, Promosi di Kolam Renang ASB Rajapolah terqualifikasi dengan kategori cukup baik, serta untuk Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah pun berada dalam klasifikasi cukup baik. Artinya, fasilitas maupun promosi berperan penting untuk meningkatkan minat berkunjung para pengunjung Kolam Renang ASB Rajapolah.
2. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan Fasilitas dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah. Semakin baiknya Fasilitas dan semakin tinggi tingkat Promosi yang dapat

dioptimalkan maka akan semakin meningkatkan Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah.

3. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah.
4. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung di Kolam Renang ASB Rajapolah.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian diatas, terdapat beberapa saran peneliti yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak serta mampu membantu pihak Kolam Renang ASB Rajapolah untuk lebih baik. Adapun saran-saran tersebut yaitu:

1. Fasilitas di Kolam Renang ASB Rajapolah secara keseluruhan sudah masuk kategori cukup baik. Namun nilai skor pembobotan terendah hasil penyebaran kuesioner pada penelitian ini adalah pada pernyataan “Fasilitas pada Kolam Renang ASB Rajapolah tergolong lengkap”. Maka peneliti menyarankan kepada pihak manajemen Kolam Renang ASB Rajapolah untuk lebih melengkapi fasilitas-fasilitas yang tersedia untuk kenyamanan pengunjung, hal tersebut dapat meningkatkan tingkat minat berkunjung para pengunjung dikemudian hari. Contohnya adalah dengan menyediakan alat pelampung untuk pengunjung yang belum bisa berenang secara lancar, hal tersebut guna untuk keselamatan dan kenyamanan para pengunjung.
2. Promosi pada Kolam Renang ASB Rajapolah pada keseluruhan sudah masuk kategori cukup baik. Namun nilai skor pembobotan terendah hasil penyebaran kuesioner mengenai variabel promosi pada penelitian ini adalah pada pernyataan “Kolam Renang ASB Rajapolah mengalami peningkatan setelah melakukan promosi”. Saran dari peneliti adalah lebih mengembangkan lagi metode promosi yang dilakukan oleh pihak Kolam Renang ASB Rajapolah. Promosi melalui media sosial sangat efektif, namun pihak Kolam Renang ASB Rajapolah juga harus memiliki inovasi yang lebih baik lagi. Contohnya adalah dengan mengadakan lomba renang antar sekolah dengan bekerja sama dengan seluruh guru olahraga di setiap sekolah. Hal tersebut dapat membantu promosi menjadi lebih efektif.
3. Minat berkunjung Kolam Renang ASB Rajapolah secara keseluruhan sudah masuk kategori cukup baik. Namun skor pembobotan pada variabel minat berkunjung paada penelitian ini adalah pernyataan tentang “Saya akan mengatakan hal hal positif kepada orang lain”. Saran dari peneliti kepada pihak manajemen Kolam Renang ASB Rajapolah adalah untuk terus mengembangkan sistem promosi serta melengkapi fasilitas agar pengunjung yang telah datang dapat mengatakan hal positif

kepada orang lain. Contohnya adalah dengan membuat promosi dengan diskon tiket masuk Kolam Renang ASB Rajapolah maka tingkat minat berkunjung akan meningkat. Selain itu, pihak Kolam Renang ASB Rajapolah juga harus menambahkan dan melengkapi fasilitas-fasilitas Kolam Renang ASB Rajapolah agar pengunjung merasa puas dengan fasilitas yang ada sehingga pengunjung tersebut akan mengatakan hal positif kepada orang lain.

4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel penelitian sehingga dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya.

## DAFTAR REFERENSI

- Aprilia, Fitri dkk.** (2019). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “Jawa Timur Park 2” Kota Batu”. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)
- Apriyadi, D.** (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas dan Harga Tiket TERHADAP Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari. *MAGISTRA*, 29(99), 73–77. Retrieved from <http://journal.unwidha.ac.id/index.php/MAGISTRA/article/view/882>
- Arikunto, Suharsimi.** 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arisa Kristianti<sup>1</sup>, Ari Pradhanawati<sup>2</sup> & Sari Listyorini<sup>3</sup>** (2015) Pengaruh Fasilitas, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Pada Patra Jasa Convention Hotel Semarang Diponegoro *Journal Of Social And Political Of Science Tahun 2015*, Hal. 1- 12 <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/9363>
- Aviolitasona, Gheraldine Bella.** 2017. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging, Boyolali. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Bobby Karim<sup>1</sup> Altje Tumbel<sup>2</sup> Djurwati Soepeno<sup>3</sup>** (2015) PENGARUH FASILITAS, STRATEGI PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA PADA MUSCLE GYM MANADO, Vol.3 No.1 Maret 2015, Hal. 502-513 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7239>
- Buchari Alma.,** 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Deisita Memah, Altje Tumbel, Paulina Van Rate** (2015) STRATEGI PROMOSI, HARGA, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI CITRALAND MANADO *Jurnal EMBA Vol.3 No.1 Maret 2015*, Hal.502-513 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7239>
- Fandy Tjiptono.** 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono.** (2017). *Pemasaran Jasa*, Penerbit Banyumedia Publishing.
- Fitri Aprilia Srikandi Kumadji Andriani Kusumawati**(2015) PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BERKUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG vol 24 . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 24 No. 1 Juli 2015*

- Ghozali, I.** 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS. 9th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Holin Indra Ari Wibowo<sup>1</sup>, Ninik Lukiana<sup>2</sup>, Noer Aisyah Barlian<sup>3</sup>** (2019)Pengaruh Fasilitas Wisata dan Promosi terhadap Kepuasan Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Waterpark Lumajang Vol. 2 Volume 2 Nomor 1 Bulan September Tahun 2019 Halaman 38-41 <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Kotler dan Keller.** 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong.** 2019. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.**(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Musdalifah, Ana** (2020) Pengaruh fasilitas, harga dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang tirta joyo <http://etheses.iainponorogo.ac.id/10965/> w
- Rismayanti Simatupang, Husni Mubarak, M.Abbas** (2017) PENGARUH PROMOSI DAN FASILITAS TERHADAP JUMLAH PENGUNJUNG PADA MUSEUM DAERAH KABUPATEN DELI SERDAN, Vol. <https://osf.io/preprints/inarxiv/nuyf9/>
- Sarah Maryam Chandra<sup>1</sup> Maria V.J. Tielun** (2015) Pengaruh kualitas PELAYANAN, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN HOTEL BALIEM PILAMO DI WAMENA Jurnal ekonomi riset, manajemen bisnis dan, akuntansi Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.959-970 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/9771>
- Sugiyono.** 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sutarno N.S.** 2019. Manajemen Perpustakaan. Jakarta. CV Sagung Seto.
- Vicky Dwi Kristanto, Dewi Urip Wahyuni** (2019) PENGARUH FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI THE WIN HOTEL SURABAYA, Vol.8 Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 8, Nomor 5, Mei 2019 <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2167>
- Yuyun Mardiyani, Murwatiningsih\*** (2015) PENGARUH FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG MELALUI KEPUTUSAN BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA OBJEK WISATA KOTA SEMARANG Vol.4 Management Analysis Journal 4 (1) (2015) Management Analysis Journal <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/7220>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D.** (2019). What Are Services? (7th ed.). Mc Graw Hi Education