

**PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN
AKSESIBILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
(STUDI KASUS : WISATAWAN GENEREASI MILENIAL
WISATA KAWUNG TILU BOJONG RANGKAS)**

SKRIPSI

**OLEH :
IRFAN WAHYUDI
201610325311**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Promosi dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisataawan Generasi Milenial ke Objek Wisata Kawung Tilu Bojong Rangkas

Nama Mahasiswa : Irfan Wahyudi

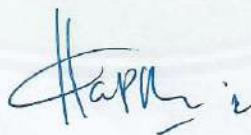
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325311

Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi

Tanggal lulus ujian skripsi : 22 Juli 2020

Jakarta, 06 Agustus 2020

Menyetujui, Pembimbing



Hadita, S.Pd., M.M.

NIDN : 0329048302

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Promosi dan Aksesibilitas
tehadap minat berkunjung wisatawan generasi
milenial ke objek wisata Kawung Tilu

Nama Mahasiswa : Irfan Wahyudi

Nomer pokok mahasiswa : 201610325311

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2020

Jakarta, 06 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.
NIDN : 0309048102

Penguji I : Neng Siti Komariah, S.E., M.M.
NIDN : 0327128105

Penguji II : Hadita, S.Pd., M.M.
NIDN : 0329048302

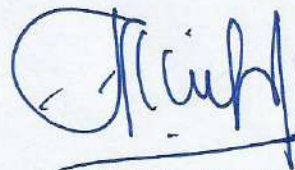
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIDN 0325057908

Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih, M.S.A.k., CA., CSRA., CACP.
NIDN 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Bauran Promosi dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Generasi Milenial di Objek Wisata Kawung Tilu Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 22 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Irfan Wahyudi
201610325311

UJI PLAGIARISME
PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

Nama : Irfan Wahyudi
NPM : 201610325311
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran promosi dan Aksesibilitas terhadap Minat
berkunjung Wisatawan Generasi Milenial ke Objek Wisata
Kawung Tilu Bojong Rongkas

Tabel Hasil Uji Plagiarisme

Judul Bab	Presentase unique	Content Plagiarisme
BAB I	98%	2%
BAB III	81%	19%
BAB IV	95%	5%
BAB V	95%	5%
TOTAL	92,25%	7,75%

Berdasarkan Hasil Uji Plagiarisme dinyatakan bahwa total hasil unique adalah sebesar %, dan total plagiarisme adalah sebesar %. Syarat terpenuhinya uji plagiarisme adalah dengan jumlah maksimal plagiarisme sebesar 30%. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji plagiarisme lebih kecil dibandingkan dengan batas maksimal. Dengan demikian maka dapat dinyatakan bahwa pada penelitian yang dilakukan memenuhi syarat uji plagiarisme.

Jakarta, 01 Juli 2020











Hadita, S.Pd., M.M






NIDN : 0329048302





UJI REFERENSI SKRIPSI
PROGRAM SARJANA PRODI MANAJEMEN UBHARA JAYA






Nama : Irfan Wahyudi
NPM : 201610325311
Tahun Akademik : 2019/2020
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran promosi dan Aksesibilitas terhadap Minat berkunjung Wisatawan Generasi Milenial ke Objek Wisata Kawung Tilu Bojong Rongkas

BAB I		
No	Nama Pengarang, Tahun Diterbitkan, Judul Jurnal/Buku, Penulis/Penerbit, Kota Tempat Buku Diterbitkan	Paraf Pembimbing
1.	Rossadi, L. N. dan Widayati, E. (2018) "Pengaruh Aksesabilitas, Amenitas, dan Atrakasi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta," <i>Journal of Tourism and Economic</i> , 1(2), hal. 109–116.	
2.	Hadita (2019) "The effect of location and the promotion mix on visitors ' interest : The case of Muara Beting beach and the forest of Mangrove Muara Gembong Bekasi," 8(5), hal. 1–13.	

4.	Bachtiar, M. L. dan Arif Wibowo, M. (2016) Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Ojek wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul (Studi pada mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta),” <i>Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia</i> , 5(1), hal. 40–49.	
5.	Nuraeni, B. S. (2014) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang,” <i>Jurnal Bisnis Strategi</i> , 23(1), hal. 1–20. Tersedia pada: https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/viewFile/14113/10711 .	
6.	Mulyati, Y. dan Afrinata, M. (2018) “Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik),” <i>Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis</i> , 6(2), hal. 191–200. doi: e-ISSN: 2548-9836.	
7.	Septika, S. D. (2018) “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Museum Malang Tempo Doloe,” <i>Jurnal Administrasi Bisnis</i> , 62(1), hal. 55–62.	
8	Sulis, E. (2018) “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Alam Malino Di Kabupaten Gowa,” <i>信阳师范学院</i> , 10(2), hal. 1–15.	
9.	Lontoh, M. N. (2016) “Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang	

	Tendean, <i>Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi</i> , 16(01), hal. 515–525.	
10.	Hodijah, C., Juliana, A. dan Intan, M. (2019) Pengaruh Bauran Promosi (Promotion Mix) Terhadap Minat Baca Anggota Bandung, 2(1), hal. 11–28.	
11.	Doni, M. (2016) Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pada Bank Nagari Cabang Muara Labuh Doni Marlius,” <i>jurmak</i> , 03, hal. 12–22. doi: 10.31227/OSF.IO/VDQGX.	
12.	Rossadi, L. N. dan Widayati, E. (2018) “Pengaruh Aksesabilitas, Amenitas, dan Atrakasi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta,” <i>Journal of Tourism and Economic</i> , 1(2), hal. 109–116.	
13.	Wahdiniwaty, R. (2013) “Aksesibilitas Wisata pada Kota Metropolitan di Negara Berkembang (Suatu Survey di Wilayah Bandung Raya),” <i>Majalah Ilmiah UNIKOM</i> , 11(2), hal. 200–209.	
14.	Syahrul, A. R. (2014) “Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort Di Kab. Kep. Mentawai,” <i>Jurnal Pelangi</i> , 7(1), hal. 71–82. doi: 10.22202/jp.v7i1.193.	

16.	Mahmudah, C. (2019) "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Berwisata Dan Implikasinya Terhadap Keinginan Untuk Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Pantai Gemah Tulungagung (Studi Pada Mahasiswa Stkip Pgri Tulungagung)," <i>Indonesian Journal of Strategic Management</i> , 2(2). doi: 10.25134/ijsm.v2i2.1970.	
17.	Erika Primadewi et al. (2020) Analisi Faktor Promosi, Aksesibilitas Dan Bukti Fisisk Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi pada Destinasi Wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo)," <i>Xiandai Huagong/Modern Chemical Industry</i> , 40(5), hal. 186–189. doi: 10.16606/j.cnki.issn0253-4320.2020.05.040.	
18.	Fatimah, S. (2019) "Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali," <i>Majalah Ilmiah Bahari Jogja</i> , 17(2), hal. 28–41. doi: 10.33489/mibj.v17i2.207.	
BAB III		
No	Nama Pengarang, Tahun Diterbitkan, Judul Jurnal/Buku, Penulis/Penerbit, Kota Tempat Buku Diterbitkan	Paraf Pembimbing
1	Sujarweni (2018) <i>Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif</i> .	

2	Hadita (2019) "The effect of location and the promotion mix on visitors ' interest : The case of Muara Beting beach and the forest of Mangrove Muara Gembong Bekasi," 8(5), hal. 1-13.	
3	Rossadi, L. N. dan Widayati, E. (2018) "Pengaruh Aksesabilitas, Amenitas, dan Atrakasi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta," <i>Journal of Tourism and Economic</i> , 1(2), hal. 109-116.	
4	Sugiyono (2017) <i>Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D</i> . Bandung: alfabeta.	
5	Wiratna Sujarweni (2015) <i>STATISTIK untuk BISNIS & EKONOMI</i> .	
6	Dr. Rorim Panday, M.M., M. T. (2019) <i>Metodologi Penelitian Teori Dan Aplikasi Menggunakan Multivariat</i> . Diedit oleh F. T. Septiono. purwokerto Selatan.	






Jakarta, 01 Juli 2020

Pembimbing



Hadita, S.Pd., M.M

NIDN : 0329048302

3.	Google Reviews, (2020, Maret 10) Rating tempat wisata di Bekasi, from http://www.Googlereviews.com	
4.	Kementrian Pariwisata Indonesia. (2020, Maret 5) Data kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2019 vs 2020, from http://www.kemenparekraf.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2020	
BAB II		
No	Nama Pengarang, Tahun Diterbitkan, Judul Jurnal/Buku, Penulis/Penerbit, Kota Tempat Buku Diterbitkan	Paraf Pembimbing
1.	Taufik, M. M. (2015) "Ketersediaan Areal Parkir, Kelengkapan Barang, Lokasi, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sebagai Variable Intervening Minat Konsumen Berkunjung pada Minimarket Alfamart di Kota madya Jakarta Selatan," 4(2).	
2.	Priangani, A. (2013) "Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks," <i>Jurnal Kebangsaan</i> .	
3.	Hadita (2019) "The effect of location and the promotion mix on visitors ' interest : The case of Muara Beting beach and the forest of Mangrove Muara Gembong Bekasi," 8(5),	

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Promosi dan Aksesibilitas
tehadap minat berkunjung wisatawan generasi
milenial ke objek wisata Kawung Tilu

Nama Mahasiswa : Irfan Wahyudi

Nomer pokok mahasiswa : 201610325311

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2020

Jakarta, 06 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.
NIDN : 0309048102

Penguji I : Neng Siti Komariah, S.E., M.M.
NIDN : 0327128105

Penguji II : Hadita, S.Pd., M.M.
NIDN : 0329048302

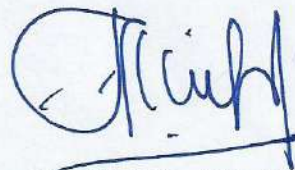
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIDN 0325057908

Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih, M.S.A.k., CA., CSRA., CACP.
NIDN 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Bauran Promosi dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Generasi Milenial di Objek Wisata Kawung Tilu Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 22 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Irfan Wahyudi
201610325311

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT yang mengatur seluruhnya alam yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW dan juga kepada keluarganya yang telah mengantarkan manusia dari zaman kebodohan hingga ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ayahanda tercinta Amerisuandi dan ibunda Erna yenti yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti-hentinya kepada saya.
2. Terutama Kepada Guru mengaji saya Syaikh Abdul Hamid Abdul Mu'in yang selalu menuntun saya.
3. Kepada seluruh adik-adik saya yang telah menyemangati saya setiap hari.
4. Ibu Hadita S.Pd., M.M. selaku dosen Pembimbing Skripsi
5. Irjen Pol. (Purn) Dr. Bambang Karsono, S.H, M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak., CA., CSRA., CMA., CBV, CACP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Manajemen.
8. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Seluruh staf dan karyawan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang Serta Seluruh teman-teman Angkatan 2016.

9. Seluruh teman-teman kelas A5 dan teman-teman se-angkatan 2016 khususnya Tesa, Deshinta, Ratu, Yunisa, Eca, Iqbal, Oho, Rama, Rivaldi dan teman-teman yang lainnya. Terimakasih atas bantuan dan dukungan serta kerja samanya baik didalam maupun diluar kampus

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca khususnya dalam bidang Manajemen pemasaran.

Jakarta, 06 Agustus 2020

Irfan Wahyudi
201610325311



ABSTRAK

Irfan Wahyudi. 201610325311. Pengaruh Bauran Promosi dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Generasi Milenial ke Objek Wisata Kawung Tilu Bojong Rangkas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan variabel bebas yaitu Bauran Promosi dan Aksesibilitas terhadap variabel terikat yaitu Minat Berkunjung. Penelitian ini dilakukan di objek wisata Kawung Tilu Bojong Rangkas. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan Analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Populasi penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Kawung Tilu Bojong Rangkas. Secara parsial variable Bauran Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung dengan nilai t -hitung $>$ t tabel. Dan secara parsial hasil variable Aksesibilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung dengan nilai t hitung $>$ t table. Sedangkan berdasarkan hasil uji simultan yang didapatkan dari penelitian ini pada variabel Bauran Promosi dan Aksesibilitas telah diperoleh hasil nilai F hitung $>$ F tabel.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Aksesibilitas, Minat Berkunjung.

ABSTRACT

Irfan Wahyudi. 201610325311. The Effect of Promotion Mix and Accessibility on Interest of Visiting Millennial Generation Tourists to the Kawung Tilu Bojong Rangkas Attraction.

This research aims to find out partially and simultaneously the independent variables namely Promotion Mix and Accessibility to the dependent variable namely Visiting Interest. This research was conducted at the tourist attraction Kawung Tilu Bojong Rangkas. In this study using a quantitative approach and data analysis used is the classic assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis using the SPSS application version 25. The population of this study is all tourists who have visited the Kawung Tilu tourism object, Bojong Rangkas . Partially the Promotion Mix variable has a significant effect on Ended Interest with $t\text{-value} > t\text{ table}$. And partially the results of the Accessibility variable have a significant effect on Visit Interests with the value of $t\text{ arithmetic} > t\text{ table}$. While based on the results of the simultaneous test obtained from this study on the Promotional Mix and Accessibility variable has obtained the results of the calculated $F\text{ value} > F\text{ table}$.

Keywords: Promotion Mix, Accessibility, Visiting Interest.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Manajemen pemasaran.....	9
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.2 Minat Berkunjung	10
2.2.1 Pengertian Minat Berkunjung.....	10
2.2.2 Indikator Minat Berkunjung	10
2.2.3 Ciri-ciri khusus Minat Berkunjung.....	12
2.3 Bauran Promosi.....	13
2.3.1 Pengertian Bauran Promosi	13
2.3.2 Indikator Bauran Promosi.....	14
2.4 Aksesibilitas.....	17
2.4.1 Pengertian Aksesibilitas.....	17
2.4.2 Indikator Aksesibilitas	18
2.5 Penelitian Terdahulu	19
2.6 Kerangka konseptual.....	22

2.7	Hipotesis	23
2.7.1	Pengaruh Bauran Promosi terhadap Minat Berkunjung	23
2.7.2	Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung	23
2.7.3	Pengaruh Bauran Promosi dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung	23
BAB III METODELOGI PENELITIAN		24
3.1	Desain Penelitian	24
3.2	Tahapan Penelitian.....	24
3.3	Model Konseptual.....	25
3.4	Operasional Variabel	26
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
3.5.1	Waktu Penelitian.....	27
3.5.2	Tempat Penelitian	27
3.6	Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.6.1	Populasi Penelitian.....	28
3.6.2	Sampel Penelitian	28
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.8	Jenis dan Sumber Data.....	29
3.9	Metode Analisis Data.....	30
3.9.1	Uji Validitas.....	31
3.9.2	Uji Reliabilitas	31
3.9.3	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.10	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.11	Uji Hipotesis	33
3.11.1	Uji Kelayakan (Uji F)	33
3.11.2	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	34
3.11.3	Analisis Koefisien Determinasi	34
BAB IV Hasil dan Pembahasan.....		36
4.1	Gambaran umum Objek wisata.....	36
4.1.1	Sejarah Objek wisata	36
4.1.2	Visi.....	37
4.1.3	Misi	38
4.2	Hasil Penelitian	38

4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuisioner	38
4.2.2	Identitas Responden.....	39
4.3	Uji Kualitas Data.....	41
4.3.1	Uji Validitas.....	41
4.3.2	Uji Reabilitas	43
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.4.1	Uji Normalitas.....	44
4.4.2	Uji Multikolinieritas	47
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	47
4.5	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	48
4.6	Uji Hipotesis	49
4.6.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
4.6.2	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	50
4.6.3	Uji Kelayakan (Uji F)	51
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	52
4.7.1	Pengaruh Bauran Promosi terhadap Minat Berkunjung	53
4.7.2	Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung	53
4.7.3	Pengaruh Bauran Promosi dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung.	54
BAB V PENUTUP		55
5.1	Kesimpulan	55
5.2	Implikasi Manajerial	55
Daftar pustaka		57

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Rating tempat wisata di Bekasi.....	3
Table 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Table 3.1 Operasional Variabel	26
Table 3.2 Skala Likert.....	29
Table 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuisisioner.....	38
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	40
Table 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	41
Table 4.5 Bauran Promosi (X1).....	41
Table 4.6 Aksesibilitas (X2).....	42
Table 4.7 Minat Berkunjung (Y)	43
Table 4.8 Uji Realibilitas	43
Table 4.9 Uji Normalitas.....	44
Table 4.10 Uji Multikolinieritas	47
Table 4.11 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
Table 4.12 Uji Koefisien Determinasi (R2).....	50
Table 4.13 Uji T.....	51
Table 4.14 Uji F	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 3.1 Model Konseptual.....	25
Gambar 4.1 Uji Normalitas.....	46
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastitas	47

