

## **Pengaruh Promosi, Harga, Dan Tempat Terhadap Minat Pengunjung Dalam Rangka Pembangunan Pariwisata Gedung Kirtya Singaraja**

**Komang Iwan Virgoyana<sup>1</sup>, Ni Nyoman Juli Nuryani<sup>2</sup>**

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma<sup>1</sup>

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma<sup>2</sup>

### **ABSTRAK**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung pada Museum Gedong Kirtya Singaraja, dengan ini dapat dikatakan bahwa semakin baik proses promosi yang dilakukan maka semakin meningkat minat pengunjung untuk terus datang ke objek wisata tersebut. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung pada Museum Gedong Kirtya Singaraja, dengan ini dapat dikatakan bahwa semakin kompetitif harga yang ditawarkan kepada para pengunjung maka semakin meningkat minat pengunjung yang datang. Tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung pada Museum Gedong Kirtya Singaraja, dengan ini dapat dikatakan bahwa semakin baik proses pemilihan tempat wisata maka semakin meningkat minat pengunjung yang datang. Hasil perhitungan uji f-test didapat bahwa nilai f-hitung > f-tabel, hal ini menunjukkan secara statistik pada taraf signifikan 0,050, menandakan bahwa promosi, harga dan tempat berpengaruh secara simultan terhadap minat pengunjung.

**Kata Kunci :** Promosi, Harga, Tempat Dan Minat Pengunjung.

### **ABSTRACT**

*The results of this research show that promotion has a positive and significant effect on visitor interest in the Gedong Kirtya Singaraja Museum, with this it can be said that the better the promotion process is carried out, the greater the interest of visitors to continue coming to this tourist attraction. Price has a positive and significant effect on visitor interest in the Gedong Kirtya Singaraja Museum, with this it can be said that the more competitive the price offered to visitors, the greater the interest of visitors who come. Place has a positive and significant influence on visitor interest in the Gedong Kirtya Singaraja Museum. With this it can be said that the better the process of selecting tourist attractions, the greater the interest of visitors who come. The results of the f-test calculation show that the f-count > f-table value, this shows that it is statistically at a significant level of 0.050, indicating that promotion, price and place simultaneously influence visitor interest.*

**Keywords :** Promotion, Price, Place and Visitor Interest.

## **PENDAHULUAN**

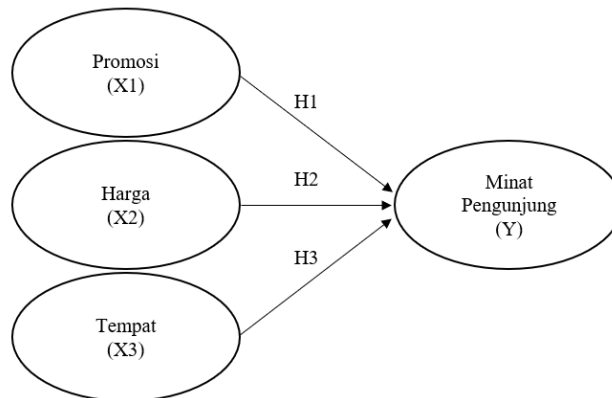
Kebudayaan merupakan suatu cara hidup yang berkembang seiring berjalannya waktu, dimiliki oleh semua kelompok, dan diwariskan dari generasi ke generasi. Agama, politik, adat istiadat, bahasa, pakaian, bangunan, peralatan, dan karya seni semuanya merupakan komponen kebudayaan. Banyak orang yang beranggapan bahwa kebudayaan merupakan warisan genetik karena kebudayaan

merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari manusia. Akan semakin sulit untuk menghapus budaya yang telah mendarah daging dalam kehidupan manusia dan akan semakin mendarah daging dalam kehidupan masyarakat. Hal ini akan menghasilkan suatu kebudayaan yang diwariskan dari satu zaman ke zaman berikutnya. Kebudayaan menurut Ketut Mega Karunia Sari adalah sesuatu yang diciptakan manusia dan diwariskan secara turun temurun. Dengan cara ini, kebudayaan mempunyai hubungan erat dengan manusia. Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya. Kebudayaan suatu daerah sangatlah beragam dan khas. Adat istiadat, berbagai suku, bahasa, pakaian adat, makanan khas, rumah adat, dan aspek budaya Indonesia adalah contohnya. Oleh karena itu, kebudayaan harus dilestarikan agar dapat diwariskan secara turun temurun.

Kebudayaan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kebudayaan tiada habisnya menyerupai kegiatan-kegiatan dalam kehidupan yang harus dijaga agar memiliki kekuatan dunia lain dan harus dimampukan. Museum Gedong Kirtya merupakan salah satu tempat wisata yang terkenal dengan artefak budayanya. Salah satu tempat cagar budaya yang ada di Singaraja adalah Museum Gedung Kirtya yang terletak di Jalan Veteran No. 20, Desa Paket Agung, Kota Singaraja, Bali, Kabupaten Buleleng. Ada banyak sekali macam salinan asli daun palem, ukiran, komposisi kertas dalam huruf Bali dan Romawi. Termasuk dokumen-dokumen zaman jajahan Belanda tahun 1901 hingga 1953 yang tersimpan rapi di dalam kotak bernama Keropak yang panjangnya sekitar 60 sentimeter. Meski begitu, masing-masing dokumen tersebut masih tertata rapi berdasarkan klasifikasi atau kelompoknya. Barisan teratas Lontar Sasak adalah tentang budaya Sasak. Lalu ada Matrastawa yang merupakan mantra Weda, Puja, dan etika, Wariga yaitu ilmu astronomi dan astrologi, Tuttur, yaitu nasehat, Usadha yaitu obat tradisional, Geguritan, yaitu nyanyian, Babad Pamancangah, yaitu sejarah, dan Satua, yaitu cerita rakyat. Semua lontar menggunakan bahasa Jawa Kuno dan Sansekerta, hanya Lontar Satua yang menggunakan bahasa Bali. I Gusti Putu Djelantik lah yang mengusulkan istilah “Kirtya”. Beliau adalah Penguasa Buleleng saat itu. Kata “Kirtya” berasal dari kata “Krt” yang dalam bahasa Sansekerta berarti “usaha” atau “kerja”. Istana Kerajaan Lama Buleleng merupakan bagian dari kompleks Sasana Budaya yang didalamnya terdapat bangunan ini. Luas museum ini sekitar 300 meter persegi. Dahulu museum ini dikenal dengan nama “Kirtya Liefinck Van der Tuuk”, mengacu pada Liefinck Van der Tuuk, seorang asisten pemerintah Belanda di Bali yang juga sangat tertarik dengan budaya Lombok dan masyarakat Bali. Berikut informasi jumlah pengunjung yang berkunjung ke Gedung Pameran Gedong Kirtya Singaraja pada tahun 2019 hingga tahun 2021, dengan data kunjungan wisatawan UPTD. Gedong Kirtya Singaraja belum banyak dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara, baik sebagai daya tarik wisata spiritual, sebagai daya tarik wisata pendidikan, maupun daya tarik wisata sejarah, karena di Museum Gedong Kirtya banyak sekali terdapat peninggalan-peninggalan bersejarah.

Museum Gedong Kirtya (MGK) merupakan pusat sejarah utama di Bali yang menyimpan daun lontar dan saat ini menjadi salah satu tempat liburan sosial di kawasan Buleleng. Secara khusus, MGK mengumpulkan lontar, salinan lontar, buku terjemahan dari lontar, dan koleksi buku yang disusun pada masa kolonial untuk penelitian budaya Bali. Promosi berdampak signifikan pada pertumbuhan pariwisata Museum Gedong Kirtya yang menarik banyak pengunjung domestik dan internasional. Oleh karena itu, pihak pengelola MGK memudahkan pengunjung dalam memanfaatkan museum dengan memberikan label pameran dan rambu-rambu yang tidak terbatas pada masyarakat Indonesia. Pemanfaatan bahasa dalam ranah publik di MGK menjadi objek konsentrasi dalam artikel Linguistik Lanskap (LL). Bahasa yang digunakan di area publik di MGK, kepada siapa ditujukan, bagaimana penggunaannya, dan bahasa apa yang lebih sering digunakan semuanya dibahas dalam penelitian ini. Selain itu, kawasan Museum Gedong Kirtya mempunyai lokasi penting yang masih berada dalam wilayah strategis sehingga tetap bisa dikunjungi oleh masyarakat umum maupun wisatawan. Hal inilah yang menjadi salah satu keunggulan para tamu untuk datang ke Gedung Pameran Gedong Kirtya. Menurut Surianto dan Istriani, (2019) harga adalah sejumlah uang (satuan moneter) dan satuan aspek non moneter lainnya yang mencakup kegunaan atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Harga yang terjangkau tentu dapat menarik pembeli atau wisatawan untuk mengunjungi Museum Gedong Kirtya. Selain itu, faktor-faktor khusus juga mempengaruhi keuntungan para tamu untuk datang atau mengunjungi Pusat Sejarah Gedong Kirtya. Kemajuan adalah gerakan promosi korespondensi termasuk publikasi. Penjualan personal, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan menggunakan penjualan jangka pendek untuk membuat konsumen dan anggota saluran distribusi segera membeli barang atau jasa, baik dengan harga rendah atau dengan nilai lebih (Primantari & Purnami, 2018). Kerangka berpikir mengenai penelitian ini dapat dibuat

dengan menggunakan tinjauan pustaka dan hubungan antar variabel, seperti terlihat pada gambar berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi penelitian ini yaitu dilaksanakan pada Museum Gedong Kirtya tepatnya di kota Singaraja, Kecamatan Buleleng, alasan yang mendasari peneliti memilih lokasi Museum Gedong Kirtya yaitu karena Museum Gedong Kirtya Singaraja adalah Museum Gedong Kirtya Singaraja yang berlokasi di Jalan Veteran, No. 20, Kelurahan Paket Agung, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Museum Gedong Kirtya di pilih sebagai lokasi penelitian karena Museum Gedong Kirtya Mempunyai masalah yang cukup serius di bidang publikasi atau pemasaran dimana kurangnya media pemasaran museum yang menyebabkan kurangnya daya Tarik pengunjung untuk datang ke Gedong Kirtya Singaraja.

Jenis penelitian pada skripsi ini yaitu kuantitatif, dengan jenis data kuantitatif, yang mana kemudian dianalisis dengan menggunakan aplikasi SPSS. Populasi diambil adalah 3.681 orang pengunjung selama 3 tahun dari tahun 2019-2021. Sampel dalam penelitian yaitu pengunjung di Museum Gedong Kirtya Singaraja yaitu 75 orang. Teknik dalam pengambilan data-data untuk penelitian mempergunakan kuesioner atau angket yang didukung oleh dokumentasi yang telah dilaksanakan sebelum melakukan penyebaran angket.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Berdasarkan penelitian dengan menggunakan sampel pengunjung sebanyak 75 orang pengunjung Museum Gedong Kirtya Singaraja, pengunjung tersebut dipilih dari jumlah populasi sebanyak 3.681 orang pengunjung. Hasil penelitian diketahui bahwa untuk mengetahui instrument dalam penelitian dapat dipergunakan valid apabila mendapatkan nilai permasing-masing indikatornya lebih besar dari 0,227, angka tersebut diperoleh dari rumus  $r \text{ tabel} = \frac{1}{\sqrt{N-2}} = \frac{1}{\sqrt{75-2}} = \frac{1}{\sqrt{73}} = 0,227$ , dari perhitungan tersebut diperoleh nilai 0,227. Nilai uji validitas masing-masing variabel bebas yaitu promosi dengan jumlah indikator 4 yaitu PR1, PR2, PR3, PR4 dan diketahui memperoleh nilai dari *output SPSS* yaitu 0,694, 0,847, 0,826, 0,893. Harga dengan jumlah indikator 4 yaitu HA1, HA2, HA3, HA4 dan diketahui memperoleh nilai dari *output SPSS* yaitu 0,779, 0,861, 0,797, 0,906. Tempat dengan jumlah indikator 4 yaitu TM1, TM2, TM3, TM4 dan diketahui memperoleh nilai dari *output SPSS* yaitu 0,792, 0,829, 0,855, 0,905. Minat berkunjung dengan jumlah indikator 4 yaitu MP1, MP2, MP3, MP4 dan diketahui memperoleh nilai dari *output SPSS* yaitu 0,813, 0,852, 0,814, 0,898.

Berdasarkan nilai reliabilitas dari masing-masing variabel penelitian diketahui memiliki nilai diatas 0,60 untuk nilai *cronbach's alpha* variabel promosi dari nilai *output SPSS* yaitu 0,820, harga dari nilai *output SPSS* yaitu 0,825, tempat dari nilai *output SPSS* yaitu 0,828, minat berkunjung dari nilai *output SPSS* yaitu 0,828.

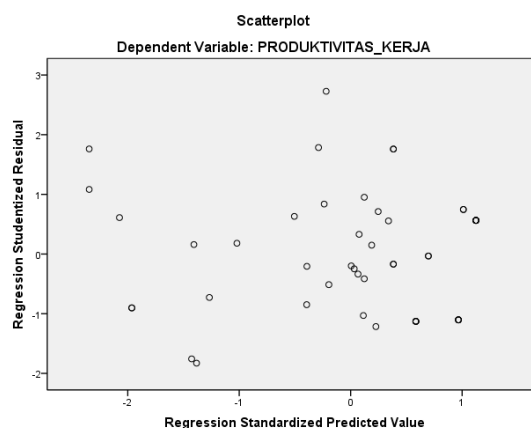
**Tabel 1.** Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,558	1,126		1,383	0,171
Promosi	0,232	0,094	0,238	2,481	0,015
Harga	0,320	0,099	0,324	3,240	0,002
Tempat	0,363	0,108	0,374	3,365	0,001

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2024

Berdasarkan hasil analisis dengan SPSS, diketahui bahwa hasil uji regresi linier berganda yang dilihat dari nilai B, diketahui bahwa masing-masing variabel bebas memberikan pengaruh yang berbeda-beda seperti halnya nilai *constant* untuk minat berkunjung dari pengaruh promosi, harga, tempat adalah 1,558, variabel promosi yaitu 0,232, variabel harga yaitu 0,320 dan variabel tempat yaitu 0,363. Hasil regresi menunjukkan setiap variabel bebas memberikan dampak positif pada peningkatan minat berkunjung dari setiap pengunjung dengan peningkatan sebesar satu dan nilai *constant* sebesar 1,558.

Hasil uji asumsi klasik dilihat dari nilai sampel *kolmogorov-smirnov* penelitian dengan standar 5% atau 0,05, pada penelitian ini memperoleh nilai dari *asympt sig. (2-tailed)* berada diatas 0,05 tersebut yang lebih tepatnya adalah 0,767. Hasil dari uji multikolonieritas baik atau tidak, dalam penelitian ini jika terjadi *multikolonieritas* dipastikan nilai dari *tolerance* lebih kecil dari 0,10, begitu pula dari hasil perhitungan nilai VIF menunjukkan nilai lebih besar atau sama dengan 10. Dimana dalam penelitian ini memperoleh nilai promosi yaitu *tolerance* 0,435 begitu juga dengan nilai VIF sebesar 2,301, kemudian variabel harga memiliki nilai *tolerance* 0,400 dengan nilai VIF sebesar 2,501 dan terakhir variabel tempat nilai *tolerance* 0,323 dengan nilai VIF sebesar 3,094. Dari penjelasan tersebut sudah nampak jelas bahwa penelitian terbebas dari masalah multikolonieritas yang sudah diketahui untuk nilai jika terjadi masalah tersebut.

**Gambar 2.** Grafik Scatterplot

Berdasarkan dari gambar tersebut diatas sudah jelas bawasannya titik terbagi secara menyeluruh pada gambar grafik scatterplot penelitian, seperti halnya terdapat titik diatas maupun dibawah 0, berdasarkan hal tersebut dapat diambil kesimpulan tidak terjadi masalah dalam hasil penelitian yang dilihat dari model regresi penelitian.

**Tabel 2.** Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,847a	,717	,705	1,44750

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2024

Berdasarkan tabel 2. dapat dijelaskan nilai persentase hasil penelitian antara pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan mengetahui nilai *R Square* yaitu sebesar 0,717 dari pengaruh promosi, harga, tempat pada minat berkunjung yaitu sebesar 71,7%. Namun 28,3% dipengaruhi variabel lain seperti kepuasan kerja, loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan dan fasilitas bagi para pengunjung.

**Tabel 3.** Analisis Uji F (f-test)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	376,783	3	125,594	59,942	,000a
Residual	148,764	71	2,095		
Total	525,547	74			

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2024

Hasil uji signifikan simultan dari masing-masing variabel penelitian yang dipergunakan yaitu promosi, harga, tempat secara simultan pada pengaruh minat berkunjung memperoleh nilai dari output aplikasi spss sebesar 59,942 dan nilai signifikan 0,000. Hasil *f* hitung tersebut sudah melebihi standar *f* tabel penelitian yaitu 2,73 yang diperoleh dari perhitungan  $K - 1 = 4 - 1 = 3$  dan sampel  $n - k = 75 - 4 = 71$ , dengan tingkat signifikan 0,050 atau 5%.

**Tabel 4.** Uji Hipotesis (t-test)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,558	1,126		1,383	0,171
Promosi	0,232	0,094	0,238	2,481	0,015
Harga	0,320	0,099	0,324	3,240	0,002
Tempat	0,363	0,108	0,374	3,365	0,001

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2024

Berdasarkan hasil uji signifikan parsial (uji *t*) diatas, diketahui bahwa semua variabel penelitian memperoleh nilai lebih besar dari *t* tabel yaitu 1,666 dengan rumus  $n - k = 75 - 4 = 71$ . Dimana masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat berkunjung seperti variabel promosi dengan nilai 2,481 serta nilai sig. 0,015, variabel bebas kedua yaitu variabel harga memperoleh nilai *t* hitung 3,240 serta nilai sig. 0,002 dan variabel yang terakhir yaitu tempat dengan nilai *t* hitung 3,365 dan nilai sig. 0,001, dari hasil tersebut diketahui bahwa masing-masing variabel penelitian sudah memberikan dampak atau pengaruh secara signifikan, hal ini ditunjukkan dari nilai sig. variabel penelitian sudah menunjukkan nilai  $< 0,050$ .

Berdasarkan hal tersebut menandakan tempat wisata yang baik dan bernilai sejarah memang masih diminati oleh para pengunjung dalam menghabiskan waktu luangnya ketika liburan, terlebih lagi bagi masyarakat yang menyukai sejarah dan tempat yang berkaitan dengan pendirian suatu wilayah, oleh sebab itu pentingnya untuk mengetahui pemilihan tempat yang sesuai agar memudahkan para pengunjung atau masyarakat dalam mencari tempat tersebut tanpa bantuan google maps, ini dikarenakan tempat dari suatu objek wisata memiliki peranan penting dalam meningkatkan minat seseorang untuk berkunjung ke tempat tersebut, yang mana hal tersebut akan memberikan pengaruh pada peningkatan jumlah pengunjung yang datang pada objek wisata tersebut seperti halnya Museum Gedong Kirtya Singaraja, dengan pemilihan tempat yang strategis dan mudah dikunjungi oleh wisatawan atau para pengunjung tentu akan memberikan dampak yang signifikan terhadap

peningkatan pendapatan daerah, yang secara tidak langsung dapat membantu melestarikan budaya atau sejarah dari berdirinya suatu wilayah di Bali.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Promosi Terhadap Minat Berkunjung

Dilihat hasil penelitian pengaruh promosi pada minat berkunjung di Museum Gedong Kirtya Singaraja adalah sebesar 0,232 dan pengaruh promosi terhadap minat berkunjung dengan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t diperoleh hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai  $2,481 > 1,666$  dan signifikan yang didapat sebesar  $0,015 < 0,050$ , hal ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan pada minat berkunjung, hal ini karena efisiensi yang dilakukan pihak pengelola untuk menarik tamu datang dan melihat apa yang ada di Museum Gedong Kirtya Singaraja akan membantu meningkatkan minat masyarakat untuk datang, selain itu promosi yang baik dari pihak pengelola tentu akan menarik minat para pengunjung untuk menghabiskan waktu luang atau waktu liburnya untuk datang ke Museum Gedong Kirtya Singaraja, dengan promosi yang sesuai dengan harapan para pengunjung, tentu akan menghasilkan sesuatu yang sesuai dengan harapan pihak pengelola, dikarenakan para pengunjung yang datang ke dalam museum akan membantu pihak pengelola dalam melestarikan budaya atau sejarah yang ada di kota Singaraja dengan selalu melakukan promosi secara berkala.

### Pengaruh Harga Terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil penelitian harga pada minat berkunjung di Museum Gedong Kirtya Singaraja sebesar 0,320 serta pengaruh biaya pada minat berkunjung dan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t, diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai  $3,240 > 1,666$  dan signifikan yang didapat sebesar  $0,002 < 0,050$ . Hal ini menunjukkan bahwa biaya mempengaruhi minat tamu, hal ini karena tidak mematok harga tamu untuk datang ke Museum Gedong Kirtya Singaraja mampu memberikan dampak pada peningkatan minat pengunjung, dengan memperhatikan jumlah pengunjung yang datang dalam setiap hari atau bulannya tentu akan secara langsung ataupun tidak langsung dapat memberikan pengaruh yang sangat baik terhadap pengembangan yang akan dilakukan oleh pengelola objek wisata ini, dengan penentuan harga masuk yang sesuai dengan apa yang akan dinikmati atau dilihat para pengunjung tentu akan meningkatkan minat masyarakat untuk terus datang dan mengetahui budaya atau sejarah yang tersimpan pada Museum Gedong Kirtya Singaraja.

### Pengaruh Tempat Terhadap Minat Berkunjung

Pengaruh tempat terhadap minat berkunjung Museum Gedong Kirtya Singaraja dan hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai  $3,365 > 1,666$  dan tingkat signifikan  $0,001 < 0,050$ . Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh tempat pada minat pengunjung di Museum Gedong Kirtya Singaraja mempunyai nilai sebesar 0,363. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata suatu daerah mempunyai peranan yang besar dalam membangkitkan minat pengunjung. Pemilihan lokasi yang ideal untuk suatu objek wisata mempunyai pengaruh yang besar terhadap keinginan masyarakat untuk berkunjung atau datang kesana. Pihak pengelola akan dapat mengembangkan objek wisata tersebut dengan bantuan lokasi ini. Suatu objek wisata yang baik disukai pengunjung dapat dilihat dari banyaknya orang yang berkunjung setiap harinya. Banyak atau tidaknya pengunjung pasti mempengaruhi berkembangnya daya tarik wisata tersebut.

## PENUTUP

### Simpulan

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung pada Museum Gedong Kirtya Singaraja, dengan ini dapat dikatakan bahwa semakin baik proses promosi yang dilakukan maka

semakin meningkat minat pengunjung untuk terus datang ke objek wisata tersebut.

2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung pada Museum Gedong Kirtya Singaraja, dengan ini dapat dikatakan bahwa semakin kompetitif harga yang ditawarkan kepada para pengunjung maka semakin meningkat minat pengunjung yang datang.
3. Tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung pada Museum Gedong Kirtya Singaraja, dengan ini dapat dikatakan bahwa semakin baik proses pemilihan tempat wisata maka semakin meningkat minat pengunjung yang datang.

### Saran

1. Pengelola ataupun Pemerintah Kabupaten Buleleng untuk lebih memperhatikan Museum Gedong Kirtya Singaraja dan memperhatikan promosi yang diberikan kepada para pengunjung dalam setiap adanya event atau kegiatan tertentu yang diselenggarakan disana, dengan memperhatikan promosi yang diberikan maka akan membantu pihak pengelola serta masyarakat mengetahui kegiatan apa yang ada disana serta apa saja yang ditawarkan kepada pengunjung jika datang kesana yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi minatnya untuk datang, selain itu meningkatnya jumlah pengunjung yang datang dapat membantu pengelola untuk melakukan pengembangan pada objek wisata tersebut.
2. Pengelola Museum Gedong Kirtya Singaraja untuk lebih memperhatikan pemilihan tempat yang strategis dalam memajukan atau memperlihatkan apa-apa saja yang ada disana, baik dengan menunjukkan dengan mini maps yang ada di tempat wisata sehingga memudahkan para pengunjung dalam mengetahui apa saja yang ada didalam museum, hal ini dikarenakan tempat memberikan pengaruh paling tinggi dibandingkan variabel yang lain yaitu promosi dan harga.

### DAFTAR RUJUKAN

- Agusti, Mohammad, and Woro Utari. "Analisis Pengaruh Promosi dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Perantara (Studi pada Wisatawan Desa Wisata Energi Migas Teksas Wonocolo di Bojonegoro)." *Jurnal Mitra Manajemen* 4.5 (2020): 804-818.
- Anak Agung Putu Suarai (2021). *Linguistik Lanskap Di Museum Lontar Gedong Kirtya*. Internasional Seminar on Austronesian Languages and Literature IX
- Ati Maflakha, Janfry Sihite (2022). *Pengaruh Promosi, Aksesibilitas Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisata Di Pantai Sedahan Kabupaten Gunungkidul*. *Journal of Fundamental Management*.
- Awaluddin, Awal, and Intisari Haryanti. "Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Pada Water Boom Arema Raya Kota Bima." *Manajemen Dewantara* 5.2 (2021): 93-105.
- Fajrin, Andes Rahmat, Gatot Wijayanto, and Sri Endang Kornita. "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar." *Jurnal Ekonomi KIAM* 32.1 (2021).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Destrasi Ilmu Manajemen*
- Gusti Putu Eka Kusuma, Komang Herlina (2022). *Wisati Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Blei Konsumen UD*. Eka Karya. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi satya Dharma
- Hamonangan, F. I., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2017). *Pengaruh Lokasi, Harg Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan layanan Jasa Laundry (Study Kasus pada Konsumen Simply Fresh Laundry di Tembalang, Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 483-493.
- Hardiyansyah, H. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik: konsep. Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Gava Media
- Indah, D. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat kota Langsa*. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1), 1-8
- Maya Retnasary, Sri Dewi Setiawati, Diny Fitriawati, Reddy Anggara (2019). *Pengelolaan Media Marketing Sebagai Strategi Digital Marketing pariwisata*. *Jurnal Kajian Pariwisata*.

- Nurbaeti, Nurbaeti, et al. "Pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, harga dan fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di objek wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 10.2 (2021): 269-278.
- Prabowo. Y. W., Prihatini. A. E., & Prabawani, B. (2015) Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia (Studi Pada Kantor Pos Jhoar Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2). 394-399.
- Primantari, A. A. B. D. A., & Purnami, N. M. (2018). Pengaruh Promosi, Gaya Hidup. Dan Persepsi harga Terhadap Keputusan Penggunaan Taksi Online Blue Bird. *Sekolah Tinggi Ilmu (STIE) Ekonomi Triatma Jaya*, 23(20, 75-88.
- Sucipto, Fatikhatun Faoziyah<sup>1</sup> Roby Setiadi<sup>2</sup> Hendri. "Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari." *Jurnal Kewarganegaraan* 6.2 (2022).
- Susanto, Budi, and Puji Astutik. "Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung." *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi* 1.1 (2020): 36-46.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran.
- Wijaya, T. (2018). Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, OFD. Dan Kano.