ARTIKEL

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN WISATAWAN KAWASAN GUNUNG KELUD KABUPATEN KEDIRI

THE INFLUENCE OF THE QUALITY SERIVICE,PROMOTION, AND A TOURIST ATTRACTION AGAINST LOYALTY CUSTOMERS OF THE MOUNTAIN KELUD DISTRICT KEDIRI

Oleh :

DIYAN MEGANTARA

NPM: 14.1.02.02.0399

Dibimbing oleh:

1. **Drs. Ec. Ichsanudin, M.M**
2. **Rino Sardanto,S.Pd., M.Pd**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Diyan Megantara
NPM	: 14.1.02.02.0399
Telepon/HP	: 085645733114
Alamat Surel (Email)	: diyan977@gmail.com
Judul Artike	: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Loyalitas Pelanggan Wisatawan Kawasan Gunung Kelud Kabupaten Kediri
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. KH.Ahmad Dahlan No.76 Kota Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 2 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Drs. Ec.Ichsannudin,M.M NIDN. 0723105703	Rino Sardanto,S.Pd., M.Pd NIDN. 0730127403	Diyan Megantara NPM. 14.1.02.02.0399

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN WISATAWAN KAWASAN GUNUNG KELUD KABUPATEN KEDIRI

Diyan Megantara
14.1.02.02.0399
Ekonomi – Manajemen
Diyan977@gmail.com
Drs. Ec.Ichsannudin,M.M, Rino Sardanto,S.Pd., M.Pd
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan daya tarik wisata terhadap loyalitas pelanggan, dan untuk mengoptimalkan strategi pengelolaan dalam menciptakan kualitas pelayanan, promosi dan menambah daya tarik wisata dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan pariwasata Gunung Kelud, selain itu apabila dikelola dengan baik dapat mendorong aktifitas ekonomi sekitar dan pariwisata Gunung Kelud yang dapat menciptakan lapangan kerja dan menambah pendapatan apabila dikelola dengan benar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik penelitian ini menggunakan teknik kausualitas. Instrumen penelitian berupa kuisioner diukur dengan skala likert. Populasinya adalah pengunjung yang berada di kawasan Gunung Kelud. Pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling* sebanyak 40 responden dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan *software SPSS for windows versi 23.*

Kesimpulan hasil penelitian adalah (1) variabel kualitas pelayanan, promosi dan daya tarik wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat kunjungan wisatawan kawasan Gunung Kelud Kabupaten Kediri.(2) variabel kualitas pelayanan, promosi, dan daya tarik wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan wisatawan kawasan Gunung Kelud Kabupaten Kediri.

KATA KUNCI : Kualitas Pelayanan, Promosi, Daya Tarik Wisata, Loyalitas Pelanggan.

I. LATAR BELAKANG

Industri pariwisata merupakan sektor yang potensial dalam menunjang suatu peningkatan perekonomian dalam suatu negara. Selain itu pariwisata juga menjadi sektor penting dalam pembangunan karena disamping dapat menciptakan lapangan kerja dan pendapatan masyarakat, daerah dan negara juga dapat turut memperkenalkan seni budaya, serta keindahan alam Indonesia kepada wisatawan yang mengunjunginnya (www.setkab.go.id). Pengembangan industri pariwisata perlu didorong agar wisatawan tertarik, meskipun pariwisata juga merupakan sektor yang sangat sensitif terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal maupun eksternal, yang sangat berpengaruh setiap perubahan yang terjadi bisa mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi suatu negara, wilayah/provinsi maupun daerah. Karena itu industri pariwisata harus dijaga terutama pada wilayah – wilayah tujuan wisata agar dijaga supaya aman, stabil dan nyaman bagi wisatawan. Oleh karena itu dalam meningkatkan rasa loyalitas pelanggan dan membuat jumlah kunjungan meningkat perlu memperhatikan kualitas pelayanan, promosi dan daya tarik yang ditunjukkan kepada konsumen memunculkan minat dan tertarik mengunjunginya.

Pariwisata khususnya di Kabupaten Kediri saat ini dijadikan industri jasa yang berusaha menarik dan memberikan pelayanan terbaik untuk wisatawan. Menurut Tjiptono (2011:59) “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran, terutama dalam menarik minat kunjungan kawasan Gunung Kelud. Banyak hal – hal yang menarik penunjang wisatawan untuk menikmatinya misalnya ada jasa transportasi, dan banyak pelayanan lainnya yang dapat membuat meningkatnya jumlah dan minat wisatawan melakukan wisata ke Gunung Kelud. Penelitian menurut Syahadat (2005:14) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap tingkat kunjungan”.

Potensi pariwisata di Kabupaten Kediri cukup menggiurkan masyarakat, baik masyarakat wilayah Kabupaten Kediri maupun masyarakat diluar Kabupaten Kediri. Terbukti kunjungan wisata ke daerah wisata di Kabupaten Kediri khususnya di Gunung Kelud meningkat. Mengingat potensi yang dimiliki ini, masyarakat perlu mengenalkan tentang pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Kediri dengan

cara mempromosikan oleh semua pihak khususnya pengelola atau pemerintah Kabupaten Kediri agar lebih dikenal kalayak umum. Menurut Gitosudarmo (2008:214) promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Promosi dapat dilakukan dengan cara apa saja misalnya dengan menggunakan media cetak maupun elektronik. Dari hal tersebut promosi akan menjadi efektif apabila di jalankan dengan baik dan dapat berdampak positif untuk mencari konsumen atau wisatawan dari daerah manapun. Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dengan variabel promosi (2012:70) menyatakan bahwa "promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sragen adalah meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung di Museum Purbakala Sangiran terutama dalam 10 tahun terakhir ini".

Gunung Kelud, salah satu destinasi wisata yang saat ini sangat diunggulkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwista Kabupaten Kediri. Banyaknya daya tarik yang disediakan oleh alam itu sendiri dan ditambah dengan cerita - cerita legenda dari Gunung Kelud membuat para pengunjung merasa penasaran ingin mengunjunginya, selain itu dari pemerintah juga membuat objek-objek wisata tambahan guna mendukung daya tarik wisatawan saat berkunjung di Gunung Kelud, antara lain dengan membangun sirkuit motocros, wisata *offroad* dan masih banyak lagi paket wisata yang disediakan oleh masyarakat sekitar area Gunung Kelud. Dalam penelitian Basiya dan Rozak (2012:3) menyatakan bahwa produk-produk pariwisata yang banyak dipertimbangkan konsumen pada saat memutuskan untuk berwisata (membeli produk pariwisata) salah satunya adalah keputusan memilih destination adalah daya tarik dari tempat tujuan wisata yang akan dikunjungi, lebih lanjut bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata international *(global tourism)* diantaranya adalah pilihan daya tarik tempat tujuan wisata dan faktor lainnya dari industri pariwisata. Penelitian menurut Syahadat (2005:13) menyatakan bahwa "objek daya tarik wisata alam berpengaruh sacara simultan terhadap loyalitas pelanggandi Taman Nasional Gede Pangrango".

Gunung Kelud meletus dahsyat pada Kamis,13 Pebruari 2014, pukul 22.50 WIB. Jutaan material padat dan

gas disemburkan dari perut gunung dan dilontarkan ke angkasa. Material-material berat (batu,kerikil dan pasir) jatuh kembali disekitar Gunung Kelud, tapi debu dan abunya terbawa angin hingga melanda seluruh pulau jawa, kini kondisi puncak Gunung Kelud telah berubah total. Puncak yang dahulu dihiasi dengan kubah lava yang dikenal dengan anak Gunung Kelud kini telah berubah menjadi lubang kawah yang sampai kini masih mengepulkan asap. Lereng gunung yang dahulu hijau kini terlihat tandus dan gersang. Namun pemandangan inilah yang menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi kawasan ini.

Tabel 1.1

Data Pengunjung Wisata Gunung Kelud

Tahun	Jumlah Pengunjung
Januari – Desember 2014	± 198.740
Januari – Desember 2015	± 199.160
Januari – Desember 2016	± 207.596

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kediri Tahun2017

Namun dengan melimpahnya kekayaan alam disalah satu wisata di Kabupaten Kediri yaitu Gunung Kelud bukan merupakan jaminan meningkatnya kesejahteraan, bahkan bagi kelangsungan hidup dan kehidupan rakyat sekitar, jika sumber daya alam tersebut tidak dikelola dengan cara yang bijaksana. Pentingnya pengelolaan wisata yang baik terutama tentang kualitas pelayanan, promosi dan daya tarik yang sangat bagus atau unik dalam pariwisata memberikan sinyal positif yang dapat mendorong meningkatnya pengunjung untuk melihat atau menikmati keindahan Gunung Kelud, wisatawan berekreasi tidak hanya untuk refresing namun juga mempertimbangkan tentang kualitas pelayanan yang disediakan untuk memberi akses mudah dalam perjalanan saat wisata.

Dalam upaya untuk mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Gunung Kelud ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke Gunung Kelud, seperti : faktor kualitas pelayanan, faktor promosi dan faktor daya tarik wisata. Oleh karena itu penelitian tentang faktor-faktor tersebut dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan ini sangatlah perlu dilakukan sebagai upaya mengoptimalkan pengelolaan wisata alam Gunung Kelud.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Loyalitas Pelanggan Wisatawan Kawasan Gunung Kelud Kabupaten Kediri".**

Rumusan Masalah :

1. Adakah pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan wisatawan kawasan Gunung Kelud ?
2. Adakah pengaruh faktor promosi terhadap loyalitas pelanggan wisatawan kawasan Gunung Kelud?
3. Adakah pengaruh faktor daya tarik wisata terhadap loyalitas pelanggan wisatawan kawasan Gunung Kelud?
4. Adakah pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan daya tarik wisata terhadap loyalitas pelanggan wisatawan kawasan Gunung Kelud?

II. KAJIAN TEORI

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:105) "loyalitas pelanggan adalah suatu perilaku yang ditunjukan dengan pembelian rutin dan didasarkan pada unit pengambilan keputusan".

Menurut Ratnasari dan Aksa, (2011:103) kualitas adalah keseluruhan dari ciri-ciri dan karakteritik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dan dengan kata lain kualitas suatu produk atau jasa adalah sejauh mana produk atau jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.

Menurut Mursid (2014:70) promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasif (komunikasi) adalah ada komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku penerima (target pendengar).

Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 pasal 1 ayat 5 tentang kepariwisataan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

III. METODE PENELITIAN

Teknik Penelitian dan Pendekaan

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, Menurut Riduwan (2014:31), pendekatan penelitian

kuantitatif yaitu data yang berwujud angka – angka. Data ini diperoleh dari pengukuran langsung maupun dari angka – angka yang diperoleh dengan mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini memakai teknik kausalitas.

Tempat dan Waktu Penelitian

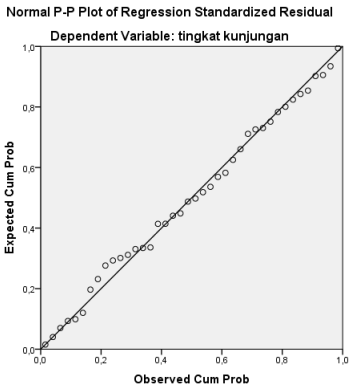
Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada para pengunjung yang datang disekitaran area wisata kawasan Gunung Kelud wilayah Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri. Adapun penelitian dilakukan selama 3 bulan terhitung dari bulan Mei 2017 sampai dengan Juni 2017.

Populasi dan Sampel

Menurut Riduwan (2014:7), populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para pengunjung yang sedang berwisata diarea Gunung Kelud tahun 2017 yang belum diketahui jumlahnya atau tak terhingga. Menurut Roscan dalam Sugiono (2014:131) Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya) n maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = 10 x 5= 50. Jadi pada penelitian ini jumlah ukuran sampel telah terpenuhi dengan variabel penelitian ada 4 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel sebanyak 4x10= 40.

IV. HASIL ANALISIS DATA

1. Uji normalitas



Gambar 4.1 Uji Normalitas
Sumber: Data yang diolah (2017)

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan SPSS, maka dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka produk regresi memenuhi asumsi normalitas, karena data dari hasil jawaban responden tentang kualitas pelayanan, promosi, daya tarik wisata dan loyalitas pelanggan adalah menyebar diantara garis diagonal.

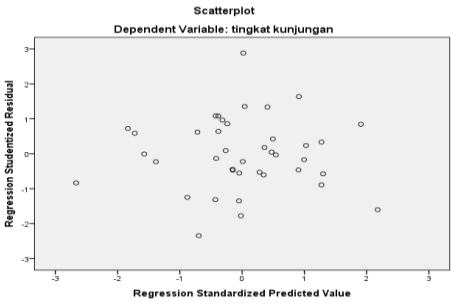
Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0,932	1,073
Promosi	0,852	1,173
Daya Tarik Wisata	0,825	1,211

Sumber: Data yang diolah (2017)

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa dalam produk regresi tidak terjadi multikolinieritas atau korelasi yang sempurna antar variabel-variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan, promosi,dan daya tarik wisata karena nilai *tolerance* (0,932, 0,852, 0,825) lebih besar dari 0,1 dan VIF (1,073, 1,173, 1,211) lebih kecil dari 10.

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS, maka dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 dan diatas angka 0, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Hal ini dapat diartikan bahwa data dari hasil responden tentang kualitas pelayanan, promosi, dan daya tarik wisata tidak mempunyai standar deviasi atau penyimpanan data yang sama terhadap loyalitas pelanggan .

.Uji Autokorelasi

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	2,555	1,986

Sumber : Output SPSS

Dengan melihat Durbin Watson dengan ketentuan du < dw < 4-du jika nilai DW terletak antara du dan 4 - du berarti bebas dari autokorelasi. Pada tabel diatas nilai Durbin Watson (dw) yang dihasilkan adalah 1,986 lebih besar dari (du) = 1,659 dan kurang dari 4 – 1,659 = 2,346 atau dilihat pada tabel yang menunjukan du < d < 4 – du atau 1,659 < 1,986 < 2,341, sehingga model regresi tersebut sudah bebas dari autokorelasi dan uji asumsi klasik telah terpenuhi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Model		B	Std. Error
1	(Constant)	1,950	4,270
	Kualitas pelayanan	,163	,075
	Promosi	,237	,070
		,388	,117

Daya tarik wisata		

Sumber : Output SPSS

Persamaan regresi linier : Y = 1,950 + $0{,}163_{x1}$ + $0{,}237_{x2}$ + $0{,}388_{x3}$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Konstanta (a), bernilai 1,950 merupakan konstanta (nilai tetap) yaitu perkiraan dari loyalitas pelanggan jika variabel kualitas pelayanan (X1), promosi (X2) dan daya tarik wisata (X3) mempunyai nilai sama dengan nol, maka loyalitas pelanggan nilainya adalah 1,950.
2) Koefisien regresi kualitas pelayanan (β_1), bernilai 0,163 artinya jika faktor kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,163 satuan dengan asumsi faktor lain konstan.
3) Koefisien regresi promosi (β_2), bernilai 0,237 artinya jika faktor kenyamanan meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,237 satuan dengan asumsi faktor lain konstan.
4) Koefisien regresi daya tarik wisata (β_3), bernilai 0,388 artinya jika faktor kompensasi meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,388 satuan dengan asumsi faktor lain konstan

Dari Persamaan regresi diatas dapat disimpulkam bahwa faktor daya tarik wisata mempunyai pengaruh yang sangat tinggi diantara variabel lainnya yaitu sebesar 0,388.

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,760[a]	,577	,542

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas diperoleh nilai *Adjusted* R^2 sebesar 0,577. Dengan demikian menunjukan bahwa adalah kualitas pelayanan, promosi dan daya tarik wisata mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 57,7% dan sisanya yaitu 42,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Uji T (Simultan)

Model	T	Sig.
(Constant)	,457	,651
X1	2,168	,037
X2	3,409	,002
X3	3,326	,002

Sumber : Output SPSS

a. Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Terlihat pada kolom koefisien model 1 terdapat Sig 0,037 > 0,05, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima.

Variabel kualitas pelayanan mempunyai t hitung 0,433 dengan t tabel 2,021 jadi t hitung < t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang searah dengan loyalitas pelanggan dan dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan .

b. Promosi (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Terlihat pada kolom koefisien model 1 terdapat Sig 0,002< 0,05, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel lingkungan kerja mempunyai t hitung 3,409 dengan t tabel 2,021 jadi t hitung > t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi mempunyai hubungan yang searah dengan loyalitas pelanggan dan dapat disimpulkan kenyamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan .

c. Daya Tarik Wisata (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Terlihat pada kolom koefisien model 1 terdapat Sig 0,002 > 0,05, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Variabel daya tarik wisata mempunyai t hitung 3,326 dengan t tabel 2,021 jadi t hitung > t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik wisata mempunyai hubungan yang searah dengan loyalitas pelanggan dan dapat disimpulkan daya tarik wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan .

V. KESIMPULAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian hipotesis 1 (satu) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan sebesar 0,037 yang lebih kecil dari nilai alpha (α) 0,05 variabel kualitas pelayanan terhadap tingkat kungjungan kewisata Gunung Kelud. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tidak didampingi dengan keunggulan lainnya maka akan mempengaruhi loyalitas pelanggan wisatawan yang akan berekreasi. Dengan demikian para wisatawan akan mempertimbangkan pelayanan yang mempunyai keunikan atau keistimewaan tersendiri yang mampu menarik minat para wisatawan.

Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan .

Pengujian hipotesis 2 (dua) menunjukkan pengaruh yang signifikan variabel promosi sebesar 0,002 yang lebih kecil dari nilai alpha

(α) 0,05 terhadap loyalitas pelanggan . Para wisatawan sangat merasa tertarik dengan promosi pariwisata Gunung Kelud yang ada dimedia cetak maupun media elektronik, hal tersebut dapat menjadi acuan untuk lebih mempertahankan faktor tersebut agar para pengunjung ingin kembali berkunjung ke Gunung Kelud.

Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian hipotesis 3 (tiga) menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan variabel daya tarik wisata sebesar 0,002 yang lebih kecil dari nilai alpha (α) 0,05 terhadap loyalitas pelanggan . Hal ini berarti daya tarik wisata sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan wisatawan, potensi yang dimiliki Gunung Kelud membuat para pengunjung penasaran dan sangat menikmati potensi yang disediakan oleh alam maupun potensi wisata yang dibuat oleh manusia sebagai pendukung wisata utama yaitu Gunung Kelud.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Loyalitas Pelanggan .

Pengujian hipotesis 4 (empat) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), promosi(X2) dan daya tarik wisata (X3) secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan .Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa inovasi produk yang unik yang mempunyai kinerja produk yang bagus maka akan menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian. Dimana konsumen telah merasa disuguhkan suatu produk yang inovatif juga mempunyai keindahan tersendiri atau ciri khas tertentu yang tidak ada didaerah lainnya. Selain itu produk tersebut telah memperoleh kepercayaan dari konsumen hingga konsumen tersebut merasa loyal terhadap wisata Gunung Kelud dengan demikian persepsi konsumen tentang pariwisata yang inovatif dan mempunyai kinerja yang baik semakin melekat dan lebih meyakinkan untuk melakukan pembelian

VI. DAFTAR PUSTAKA

Anwar, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Basiya dan Rozak. 2012 . *"Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegaradi Jawa Tengah".* Dinamika Kepariwisataan Vol. XI No. 2

Devi, Sarwono, Siswidiyanto. 2014. *"Pengembangan Pariwisata Gunung Kelud Pasca Erupsi" Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol.3, No. 1,*

Gitosudarmo. 2008. *Manajemen Strategi".* Yogjakarta: BPFE

Ghozali, Imam. 2011. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS".*

Hasan, Iqbal. 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik.* Jakarta: Bumi Askara

Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran.* Ed XIII. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, edisi 2.* Jakarta:Salemba Empat.

Mursid. 2014. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Bumi Askara

Nugroho, Japarianto. 2013 . "*Pengaruh People, Physical Evidence, Product, Promotion,Price Dan Place Terhadap Tingkat Kunjungan Di KafeCoffee Cozies Surabaya".* Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2, 1-9.

Santoso dan Oetomo (2013) "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelangganlaboratorium Klinik Populer Surabaya".* Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 2 No. 6

Ratnasari dan Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa".*Bogor: Ghalia Indonesia.

Riduwan. 2014. *Dasar-Dasar Statistika.* Bandung: Alfabeta.

Sangadji, Sopiah. 2013. " *Perilaku Konsumen"* . Yogjakarta: Andi Offset Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Sugiono. 2003. *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Syahadat, 2005. "*Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Taman Nasional Gede Pangrango (TNGP).*

Tjiptono. 2011. *" Pemasaran Jasa ".* Yogjakarta: Bayumedia Pulising.

Wulandari. 2012, *"Promosi Pariwisata Dan Tingkat Kunjungan Wisatawan Di Museum Purbakala Sangiran Kabupaten Sragen".* Surakarta: UNS

http://setkab.go.id/tahun-2017-kita-genjot-sektor-pariwisata/ Di akses tanggal 25 Mei 2017

http://www.wisatakandi.com/2011/11/undang-undang-ri-no-10-tahun-2009.html Di akses tanggal 25 Mei 2017