

**PENGARUH PRODUK WISATA, LOKASI DAN FAKTOR
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
PADA TAMAN WISATA BUNGA ASRI MURNI
KAYU ARO KABUPATEN KERINCI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun Oleh:

**SANDI TRINALDI
NPM :1710612010328**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2022**

**PENGARUH PRODUK WISATA, LOKASI DAN FAKTOR PSIKOLOGIS
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADATAMAN WISATA
BUNGA ASRI MURNI KAYU ARO KABUPATEN KERINCI**

SANDI TRINALDI

Pembimbing Utama Dr. Indra Budaya, S.E., M.M
Pembimbing Pendamping Melifia Liantifa, S.P., M.Si
Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh produk wisata, lokasi dan faktor psikologis terhadap keputusan berkunjung pada taman wisata bunga asri murni kayu aro kabupaten kerinci yang berjumlah 80 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi. Secara parsial terdapat pengaruh antara produk wisata (X1) terhadap keputusan berkunjung (Y) pada taman wisata bunga asri murni kayu aro kabupaten kerinci dibuktikan dengan nilai t hitung \geq t tabel ($2,623 \geq 1,99167$) dengan nilai signifikan = $0,011 < 0,05$. Dimana besarnya pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung pada taman wisata bunga asri murni kayu aro kabupaten kerinci sebesar 10,12%. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi (X2) secara parsial terhadap keputusan berkunjung (Y) pada taman wisata bunga asri murni kayu aro kabupaten kerinci dibuktikan dengan nilai t hitung \geq t tabel ($2,073 \geq 1,99167$) dengan nilai signifikan = $0,042 < 0,05$. Dimana besarnya lokasi terhadap keputusan berkunjung pada taman wisata bunga asri murni kayu aro kabupaten kerinci sebesar 6,34%. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor psikologis (X3) secara parsial terhadap keputusan berkunjung (Y) pada taman wisata bunga asri murni kayu aro kabupaten kerinci dibuktikan dengan nilai t hitung \geq t tabel ($4,103 \geq 1,99167$) dengan nilai signifikan = $0,000 < 0,05$. Dimana besarnya harga terhadap keputusan berkunjung pada taman wisata bunga asri murni kayu aro kabupaten kerinci sebesar 15,09%. Terdapat secara simultan pengaruh antara produk wisata (X1), lokasi (X2) dan faktor psikologis (X3) terhadap keputusan berkunjung (Y) yaitu sebesar 31,6% sedangkan sisanya 68,4% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Produk Wisata, Lokasi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Berkunjung

THE EFFECT OF TOURISM PRODUCTS, LOCATIONS AND
PSYCHOLOGICAL FACTORS ON VISITING DECISIONS
IN TOURISM PARK PURE PRETTY FLOWERS,
KAYU ARO, KEINCI REGENCY

SANDI TRINALDI

Main Supervisor Dr. Indra Budaya, S.E., M.M

Vice Supervisor Melifia Liantifa, S.P., M.Si

Study Program Management

Sakti Alam Kerinci School of Economics, Sungai Penuh

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of tourism products, location and psychological factors on the decision to visit the pure flower garden of Kayu Aro, Kerinci Regency, totaling 80 respondents. Collecting data in this study is primary data collected through distributing questionnaires to respondents. This research method uses quantitative methods, while the analytical techniques used are multiple linear regression analysis, t test, f test, and coefficient of determination test. Partially there is an influence between tourism products (X1) on the decision to visit (Y) at the pure flower garden of Kayu Aro, Kerinci Regency, as evidenced by the value of t count t table ($2,623 \geq 1,99167$) with a significant value = $0,011 < 0,05$. Where the magnitude of the influence of tourism products on the decision to visit the beautiful flower garden of pure Kayu Aro Kerinci Regency is 10.12%. There is a positive and significant effect between the location (X2) partially on the decision to visit (Y) at the Pure Kayu Aro Tourism Park, Kerinci Regency, as evidenced by the t arithmetic value t table ($2,073 \geq 1,99167$) with a significant value = $0.042 < 0.05$. Where the magnitude of the location on the decision to visit P at the Pure Bunga Asri Wisata Kayu Aro Tourism Park, Kerinci Regency, is 6,34%. There is a positive and significant influence between psychological factors (X3) partially on the decision to visit (Y) at the pure flower garden of Kayu Aro, Kerinci Regency, as evidenced by the t count t table ($4,103 \geq 1,99167$) with a significant value = $0.000 < 0.05$. Where the magnitude of the price for the decision to visit the beautiful flower garden of pure Kayu Aro Kerinci Regency is 15,09%. There is a simultaneous influence between tourism products (X1), location (X2) and psychological factors (X3) on the decision to visit (Y) which is 31,6% while the remaining 68.4% is explained by other causal factors not examined in this study. .

Keywords: Tourism Products, Locations and Psychological Factors on Visiting Decisions