

PERAN PROMOSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN

BERKUNJUNG DI DESA WISATA LUMBAN SUHI SUHI

(Studi Kasus pada Desa Wisata Lumban Suhi Suhi

Kecamatan Pangururan, Samosir)



Oleh:

MASTER GRAND SITUMORANG

NO. MHS: 419200182

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2021

**PERAN PROMOSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
BERKUNJUNG DI DESA WISATA LUMBAN SUHI SUHI
(Studi Kasus pada Desa Wisata Lumban Subi Subi
Kecamatan Pangururan, Samosir)**



Oleh:

MASTER GRAND SITUMORANG
NO. MHS: 419200182

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I


Drs. SANTOSA, M.M.
NIDN. 0519045901

Pembimbing II


YUDI SETIAJI, S.H., M.M.
NIDN. 0508066401

Mengetahui,
Ketua Jurusan Usaha Perjalanan Wisata


YUDI SETIAJI, S.H., M.M.
NIDN. 0508066401

BERITA ACARA UJIAN
PERAN PROMOSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
BERKUNJUNG DI DESA WISATA LUMBAN SUHI SUHI
(Studi Kasus pada Desa Wisata Lumban Suhi Suhi Kecamatan
Pangururan, Samosir)



Penguji Utama : RM. Nikasius Jonet S., S.Sos., M.Si
NIDN. 0518117401

:

Pembimbing I : Drs. Santosa, M.M.
NIDN. 0519045901

:

Pembimbing II : Yudi Setiaji, S.H., M.M.
NIDN. 0508066401

:

Mengetahui,
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Master Grand Situmorang

NIM : 419200182

Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Judul Skripsi : Peran Promosi Dalam Pengambilan Keputusan
Berkunjung Di Desa Wisata Lumbar. Suhi Suhi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan bukan karya orang lain. Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Terapan D IV Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Demikian surat ini saya buat dengan sebagaimana mestinya dan apabila surat pernyataan ini tidak benar, maka saya siap dituntut sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Yogyakarta, Juli 2021



Master Grand Situmorang

NIM. 419200182

MOTTO

“Berjaga-jagalah dan berdoalah, supaya kamu jangan jatuh ke dalam pencobaan:
roh memang penurut, tetapi daging lemah”

Matius 26:41

“Pencobaan-pencobaan yang kamu alami ialah pencobaan-pencobaan biasa, yang tidak melebihi kekuatan manusia. Sebab Allah setia dan karena itu Ia tidak akan membiarkan kamu dicobai melampaui kekuatanmu. Pada waktu kamu dicobai Ia akan memberikan kepadamu jalan ke luar, sehingga kamu dapat menanggungnya.”

1 Korintus 10:13

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat dan karunia yang telah diberikan dalam menjalankan setiap proses kehidupan.

Sebuah karya sederhana yang penulis persembahkan untuk:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan jalan yang benar, nafas kehidupan serta kesempatan hari baru setiap harinya sehingga dapat melanjutkan studi DIV.
2. Bapak C. Situmorang dan Ibu E. Purba selaku orang tua penulis yang telah merawat dan membesarkan penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang dan yang senantiasa selalu memberikan motivasi serta doa.
3. Sahabat-sahabat seperjuangan yang berada di Kota Yogyakarta yang telah memberikan semangat positif dan dukungan kepada penulis.
4. Sahabat-sahabat seperjuangan studi lanjut (SL) yang selalu mendukung penulis semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan Kesehatan untuk semuanya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia kehidupan serta kesehatan sehingga penulis dapat melanjutkan studi dari D-III Manajemen Usaha Perjalanan ke jenjang yang lebih tinggi yaitu D-IV Usaha Perjalanan Wisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Penulis merasa sangat bersyukur karena program studi lanjut yang dijalani selama satu setengah tahun dapat selesai, yaitu dengan penyusunan skripsi yang berjudul **“PERAN PROMOSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI DESA WISATA LUMBAN SUHI SUHI”** dengan sebaik-baiknya.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih khususnya kepada kedua orangtua yang telah memberikan motivasi, dukungan dan doa selama menyelesaikan penulisan skripsi. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis memperoleh bantuan moril dan materiil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Drs. Santosa, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi.
2. Bapak Yudi Setiaji, S.H, M.M. selaku Dosen Pembimbing II dan Ketua Jurusan Usaha Perjalanan Wisata yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi.
3. Bapak N. Jonet Sinangjoyo, M.Si. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan, masukan, kritik serta saran kepada penulis untuk kesempurnaan skripsi ini.

4. Bapak Drs. Prihatno, M.M., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Kepada Bapak dan Ibu dan seluruh pegawai di Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir yang telah memberikan izin kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian.
6. Kepada Ibu L. Simarmata selaku Ketua di Desa Lumban Suhi Suhi yang telah memberikan izi kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian.
7. Berbagai pihak yang telah membantu serta memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis sangat berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak sebagai pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis mengharapkan bantuan berupa saran dan kritikan dari semua pembaca yang bersifat membangun demi terciptanya karya yang lebih baik dimasa mendatang.

Yogyakarta, Juli 2021

Master Grand Situmorang
NIM. 419200182

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| BERITA ACARA UJIAN..... | iii |
| SURAT PERNYATAAN | iv |
| MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Batasan Masalah | 7 |
| D. Tujuan Penelitian | 7 |
| E. Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS | 9 |
| A. Landasan Teori..... | 9 |
| 1. Pemasaran | 9 |
| 2. Promosi | 11 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1 Promosi Konvensional | 16 |
| 2.2 Promosi Non-konvensional..... | 18 |
| 3. Keputusan Berkunjung..... | 21 |
| 4. Desa Wisata..... | 24 |
| B. Kerangka Pemikiran..... | 26 |
| C. Hipotesis..... | 27 |
| D. Penelitian Terdahulu | 28 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 30 |
| A. Jenis Penelitian..... | 30 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 31 |
| C. Populasi dan Sampel | 32 |
| D. Variabel dan Indikator..... | 33 |
| 1. Variabel..... | 33 |
| 2. Definisi Konsep dan Indikator | 34 |
| E. Metode Pengumpulan Data..... | 36 |
| 1. Jenis Instrumen | 36 |
| 2. Uji Kelayakan Instrumen | 39 |
| F. Metode Analisis Data..... | 41 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 45 |
| A. Deskripsi Objek Penelitian..... | 45 |
| 1. Gambaran Umum Desa Lumban Suhi Suhi..... | 45 |
| 2. Sejarah Desa Lumban Suhi Suhi..... | 46 |
| 3. Struktur Organisasi Desa Lumban Suhi Suhi | 48 |

| | |
|--|-----------|
| B. Analisis dan Pembahasan Penelitian..... | 49 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 64 |
| A. Kesimpulan | 64 |
| B. Saran..... | 65 |

DAFTAR PUSATAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3.1 Definisi Konsep, Operasional Variabel dan Indikator | 37 |
| Tabel 3.2 Skala Likert | 41 |
| Tabel 3.3 Pedoman Pemberian Interpretasi Koefisien Korelasi | 46 |
| Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas | 52 |
| Tabel 4.2 Hasil Reliabilitas | 54 |
| Tabel 4.3 Asal Responden | 55 |
| Tabel 4.4 Jenis Kelamin | 56 |
| Tabel 4.5 Usia Responden | 57 |
| Tabel 4.6 Pendidikan Responden | 58 |
| Tabel 4.7 Pekerjaan Responden | 59 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Product Moment | 60 |
| Tabel 4.9 Pedoman Pemberian Interpretasi Koefisien Korelasi | 61 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji T | 65 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Tahapan Proses Membeli | 25 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritik..... | 29 |
| Gambar 4.1 Sturktur Organisasi..... | 51 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Hasil Olah Data SPSS
- Lampiran 5 Uji Hipotesis
- Lampiran 6 Data Jumlah Wisatawan Desa Lumban Suhi Suhi 2018-2019
- Lampiran 7 Tabel Distribusi t
- Lampiran 8 Tabel Nilai r
- Lampiran 9 Dokumentasi
- Lampiran 10 Konvensional
- Lampiran 11 Non Konvensional

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif asosiatif yang berjudul Peran Promosi Dalam Pengambilan Keputusan Berkunjung Di Desa Wisata Lumban Suhi Suhi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah diantara atau kedua promosi konvensional dan promosi non-konvensional memiliki hubungan terhadap keputusan berkunjung wisatawan serta untuk mengetahui apakah diantara variabel promosi konvensional dan promosi non-konvensional terdapat hubungan yang lebih dominan terhadap keputusan berkunjung.

Subjek penelitian ini adalah Desa Wisata Lumban Suhi Suhi yang berjumlah 70 responden. Pemilihan sampel menggunakan teknik *random sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan panduan *skala likert*, sedangkan variabel dependennya dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Lumban Suhi Suhi. Masing-masing variabel yaitu independen dan dependen kemudian diuji instrumennya dengan menggunakan analisis uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan yaitu dengan analisis Korelasi *Product Moment*.

Berdasarkan hasil penelitian, yang diperoleh mengenai peran promosi konvensional dan non-konvensional dalam pengambilan keputusan berkunjung terdapat hubungan yang positif antara promosi konvensional dan non-konvensional dengan koefisien korelasi masing-masing variabel yaitu promosi konvensional sebesar 0,700 dan 0,743 yang artinya nilai korelasi yang diperoleh termasuk dalam kategori tingkat hubungan besar atau kuat, yang dapat dilihat pada tabel interpretasi koefisien korelasi dengan rentang nilai 0,61-0,80 yang dimana nilainya mendekati angka 1 (satu). Nilai Uji t koefisien korelasi bernilai positif dan signifikan yang berarti terdapat pengaruh positif, karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu (X1) $3,232 > t \text{ tabel } 1,667$ dan (X2) $4,605 > t \text{ tabel } 1,667$ pada taraf signifikansi 5% ($df=N-K$) = $70-2=68$ yang berarti kedua variabel bebas tersebut direspon secara positif hal ini dibuktikan dengan didapatkan nilai yang signifikan yaitu 0,002 dan 0,000. Diantara kedua variabel bebas tersebut, variabel non-konvensional memiliki nilai yang lebih dominan terhadap keputusan berkunjung.

Kata kunci: *Promosi Konvensional, Promosi Non-Konvensional, Keputusan Berkunjung*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang dikenal memiliki keberagaman, baik dari suku, budaya, agama, bahasa sehingga tidak mengherankan Indonesia kaya akan sumber daya. Sumber daya melimpah yang sejak dahulu telah dianugerahkan oleh Yang Maha Kuasa, jika hal ini dapat dikelola dan dimanfaatkan dengan baik maka akan sangat berpotensi besar bagi negara maupun masyarakat itu sendiri. Kesejahteraan akan terasa bagi masyarakat yang pada akhirnya akan memajukan perekonomian dan memajukan bangsa. Salah satu yang dapat dikembangkan yaitu dibidang kepariwisataan. Pemanfaatan kekayaan melalui bidang pariwisata sangat memiliki potensi yang besar, mengingat keinginan individu atau manusia dalam hal melakukan aktivitas perjalanan wisata di era modern saat ini semakin massif. Keinginan tersebut dilatarbelakangi dari berbagai aspek, seperti daya tarik wisata, dorongan dari dalam diri, dan lain sebagainya. Jenis wisata yang dikunjungi juga beragam, seperti wisata alam, pendidikan, religi, budaya dan sebagainya.

Salah satu aktivitas yang populer saat ini adalah jenis wisata alam, suasana yang masih alami cenderung lebih disukai dari jenis wisata ini. Berkaitan hal itu, desa wisata adalah salah satunya, Indonesia yang masih kaya akan sumber daya alam memiliki potensi untuk memanfaatkan dan mengembangkan desa wisatanya.

Menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2018, mencatat bahwa di Indonesia terdapat sekitar 1.734 desa yang berpotensi menjadi desa wisata. Dari potensi desa wisata tersebut, di wilayah Sumatera terdapat sebanyak 355 desa yang berpotensi menjadi daerah wisata, Jawa dan Bali mencapai 857 desa, Nusa Tenggara terdapat 189 desa, Kalimantan 117 desa, Sulawesi 199, Papua sebanyak 74 desa, serta Maluku sebanyak 23 desa wisata. Dengan potensi tersebut maka yang dapat dilakukan adalah mengembangkannya melalui inovasi yang kreatif yang dapat menguntungkan dan mampu memberi pengaruh terhadap perekonomian masyarakat.

Desa wisata merupakan salah satu aset penting yang masih harus perlu dikembangkan potensinya, yaitu melalui pemerintah, swasta maupun *stakeholder* lainnya guna menciptakan kesejahteraan dan kemakmuran bagi masyarakat desa wisata tersebut, serta mampu menjadi andalan bagi daerah tersebut. Pada umumnya, desa wisata dikelola oleh masyarakat desa setempat dengan sistem oleh masyarakat, dari masyarakat dan untuk masyarakat.

Menurut Murphy dalam Rahim (2012:2) menyatakan bahwa pemangku kepentingan dalam pariwisata meliputi 3 (tiga) pihak yaitu: Pemerintah, Swasta dan Masyarakat, dengan peran dan fungsinya masing-masing. Pemangku kepentingan tersebut tidak dapat berdiri sendiri, namun harus saling bersinergi untuk mencapai dan mewujudkan tujuan dan sasaran pembangunan yang disepakati. Berkaitan dengan pendapat ahli sebelumnya, Sunaryo (2013:218) mengatakan masyarakat sebagai salah satu pemangku kepentingan memiliki kedudukan dan peran penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan

pariwisata. Mulai dari kerangka perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan pembangunan kepariwisataan, dan untuk mendukung keberhasilan pembangunan kepariwisataan, maka setiap upaya atau program pembangunan yang dilaksanakan harus memperhatikan posisi, potensi, dan peran masyarakat sebagai subjek atau pelaku pembangunan.

Pengembangan pariwisata pedesaan merupakan suatu dampak dari adanya perubahan minat wisatawan terhadap daerah destinasi wisata. Berkembangnya motivasi dan tren dalam perjalanan wisata memiliki minat khusus yang menginginkan wisata yang kembali ke alam, interaksi dengan masyarakat lokal, serta tertarik untuk mempelajari budaya dan keunikan lokal sehingga mendorong pengembangan wisata pedesaan.

Salah satunya adalah Provinsi Sumatera Utara, yang dimana Danau Toba adalah sebagai primadonanya, memiliki gaya sendiri dalam menarik dan memikat wisatawan untuk dapat berkunjung. Wisatawan yang dilirik yaitu wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Danau Toba memiliki banyak jenis wisata diantaranya alam, budaya, maupun sejarah. Saat ini Danau Toba menjadi fokus oleh pemerintah pusat oleh karenanya dijadikan sebagai wisata yang prioritas dengan dilihat dari masifnya pembangunan berbagai fasilitas pendukung untuk memudahkan wisatawan yang ingin berkunjung. Selain pengembangan berbagai infrastruktur tersebut, pengembangan pariwisata yang baru juga serayanya harus dijalankan seperti pengembangan kampung atau desa wisata.

Salah satu desa wisata di Danau Toba yaitu Desa Lumban Suhi Suhi, desa yang berlokasi disekitar Danau Toba, lebih tepatnya di Kabupaten Samosir, Kecamatan Pangururan. Desa Lumban Suhi Suhi yang mayoritas penduduknya adalah suku Batak dan penenun kain tradisional ulos, menuju ke lokasi tersebut tidak jauh dari pemandangan indah yang eksotis dari Danau Toba, serta pemandangan rumah adat khas suku batak bernama “Jabu Bolon” disepanjang jalan sisi kanan dan kiri.

Berbagai jenis aktivitas dapat dilakukan di desa ini. Didukung dengan segarnya udara, penampakan bangunan khas Batak serta kearifan budaya lokal yang masih sangat kental akan mengiringi wisatawan untuk mendapatkan pengalaman yang luar biasa bagi wisatawan yang sudah penat akan aktivitas sehari-hari yang dilakukannya. Yang paling khas dari desa ini juga yaitu sebagai desa penghasil kain ulos bagi suku Batak. Ketika tiba di desa ini, para wisatawan akan dapat melihat langsung masyarakat yang sedang menenun kain ulos, wisatawan akan melihat ibu-ibu maupun gadis setempat yang melakukan aktivitas menenun ulos. Yang menjadi keunikan dari desa ini adalah masyarakat setempat masih mengandalkan proses menenun kain ulos dengan alat tradisional, wisatawan juga dapat melihat atau meminta pertunjukan adat dengan kain ulos, dan juga dapat mencoba langsung menenun kain ulos itu sendiri, hal ini menjadi daya tarik dari desa ini.

Dengan beragam atraksi wisata yang dimiliki di desa tersebut, selanjutnya adalah bagaimana dapat mendatangkan dan mempengaruhi keputusan berkunjung para wisatawan lokal maupun mancanegara. Terdapat beragam cara

untuk mendatangkan dan mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, salah satunya yaitu melalui promosi. Diera modern dewasa ini, segala jenis usaha baik itu barang, jasa hingga penyedia aktivitas wisata sangat dianjurkan untuk menggunakan promosi, karna promosi merupakan salah satu bagian terpenting untuk pemilik jasa, barang atau penyedia wisata dalam memperkenalkan produknya dan memperoleh keuntungan atau pendapatan dari kegiatan tersebut. Penggunaan promosi juga tersedia beragam pilihan, konvensional dan non-konvensional. Media konvensional yang dapat diterapkan khususnya bagi pelaku pariwisata diantaranya, brosur atau selebaran, majalah, spanduk atau *banner*. Sedangkan non-konvensional diantaranya yaitu blog, website, *e-commerce*, Youtube, Google Adword, Twitter, Facebook, dan Instagram. Diera yang sudah sangat modern ini media konvensional dinilai sudah tidak efektif lagi dalam mempromosikan produk barang ataupun jasa, apalagi mempromosikan sebuah objek wisata yang memiliki potensi atraksi wisata, akan tetapi masih terdapat juga pemilik atau organisasi wisata menggunakan media ini sebagai promosi. Penggunaan promosi secara digital sangat membantu dan efektif digunakan di zaman sekarang, sebab Indonesia salah satu pengguna internet paling aktif didunia, serta salah satu pengguna aktif sosial media terbesar. Promosi sebuah objek wisata secara digital sangat memiliki nilai yang besar, hal ini disebabkan mudahnya mentarget para calon wisatawan yang mengakses informasi mengenai destinasi maupun objek wisata melalui genggamannya, dan kemudian dapat mempengaruhi kecepatan keputusan berkunjung setelah mengakses informasi tersebut, penggunaan media digital seperti media sosial

adalah salah satu yang paling efektif dari banyak media non-konvensional lainnya.

Kegiatan promosi yang terdapat pada desa wisata ini adalah melalui sebuah kegiatan festival tahunan, yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir, promosi tersebut mencakup seluruh desa yang ada di Pulau Samosir, dan melakukan pemberian berupa brosur, pemasangan spanduk. Kemudian promosi desa tersebut melalui institusi atau perusahaan seperti bandara Silangit maupun Kualanamu, instansi atau pengelola bandara mengambil foto desa wisata tersebut untuk dijadikan sebagai brosur dan ditampilkan pada layar besar di bandara. Pemanfaatan media modern (non-konvensional) melalui media sosial yaitu Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir mengumpulkan gambar atau video untuk diposting melalui instagram dinas tersebut.

Untuk mencapai jumlah kunjungan wisatawan yang besar ke desa wisata ini agar semakin lebih dikenal oleh masyarakat luas hingga mancanegara, pengelola atau masyarakat setempat harus menggunakan peran promosi didalamnya, dan memahami bagaimana menggunakan promosi tersebut dengan tepat, tanpa adanya peran promosi akan mustahil desa Lumban Suhi Suhi dapat dikenal dan dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “**Peran Promosi Dalam Pengambilan Keputusan Berkunjung di Desa Wisata Lumban Suhi Suhi**”.

B. Rumusan Masalah

Promosi merupakan sebuah kegiatan dan alat untuk memperkenalkan suatu kelebihan atau keunikan sebuah destinasi agar lebih dikenal lebih luas oleh masyarakat, serta sebagai alata yang dapat mempengerahui masyarakat yang melihat promosi tersebut untuk tertarik melakukan kunjungan. Metode promosi yang dipilih juga dapat berpengaruh penting dalam pengambilan keputusan berkunjung seperti melalui media sosial, website, brosur, spanduk, *guide book*, pamphlet, videotron.

1. Apakah ada hubungan promosi konvensional dengan keputusan berkunjung di Desa Wisata Lumban Suhi Suhi?
2. Apakah ada hubungan promosi non konvensional dengan keputusan berkunjung di Desa Wisata Lumban Suhi Suhi?
3. Manakah yang lebih dominan diantara promosi tersebut?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka permasalahan dibatasi pada peran promosi (konvensional dan non-konvensional) dalam pengambilan keputusan berkunjung di Desa Wisata Lumban Suhi Suhi, Kabupaten Samosir.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan variable penelitian, berikut tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adanya hubungan promosi konvensional dengan keputusan berkunjung di Desa Wisata Lumban Suhi Suhi

2. Untuk mengetahui adanya hubungan promosi non konvensional dengan keputusan berkunjung di Desa Wisata Lumban Suhi Suhi
3. Untuk mengetahui mana yang paling dominan diantara promosi tersebut

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, ialah:

1. Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Mahasiswa lain dalam melakukan penelitian serta dapat digunakan untuk menetapkan teori-teori yang diperoleh diperkuliahan dan dapat diaplikasikan dalam dunia kerja nyata. Sebagai media untuk memperkaya perbendaharaan koleksi perpustakaan bagi Mahasiswa/I STP AMPTA yang ingin memperkaya literasi maupun menambah wawasan.

2. Bagi Pengelola

Sebagai masukan untuk pengelola untuk dapat memperhatikan media promosi yang digunakan, dan mengetahui hubungan promosi yang mana yang paling memiliki pengaruh.

3. Bagi Penulis

Sebagai media untuk menambah wawasan penulis atas peran promosi yang dapat berpengaruh pada peningkatan jumlah kunjungan, serta meningkatkan kemampuan penulis dalam menganalisis data melalui pengumpulan data yang telah berhasil didapatkan.