

**PENGARUH STRATEGI IKLAN, BASE VIEW DAN TINGKAT
PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
WISATAWAN DI BUMI PERKEMAHAN PALUTUNGAN
KUNINGAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Pada Program Sarjana Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon



Disusun Oleh :

Novianti

NIM. 2282120249

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI
CIREBON

1447 H/2026 M

ABSTRAK

Novianti, NIM:2282120249, “PENGARUH STRATEGI IKLAN, BASE VIEW DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP WISATAWAN DI BUMI PERKEMAHAN PALUTUNGAN KUNINGAN”. SKRIPSI. 2026

Bumi Perkemahan Palutungan Kuningan mencatat fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan, di mana pada tahun 2016 tercatat sebanyak 104.465 orang dan mengalami perubahan menjadi 54.584 orang pada tahun 2024. Pertumbuhan pendapatan penduduk tidak secara otomatis memicu niat untuk memilih menginap di destinasi wisata alam. Analisis ilmiah tentang dampak Strategi Iklan, Base View dari perspektif *Resource Based View* (RBV), dan tingkat pendapatan terhadap pilihan menginap di kawasan wisata alam masih sangat terbatas karena penelitian sebelumnya umumnya hanya berfokus pada hotel perkotaan. Kesenjangan ini menjadi dasar dilakukannya penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi iklan, base view, dan tingkat pendapatan terhadap keputusan menginap wisatawan yang berkunjung ke Bumi Perkemahan Palutungan, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif-kausal, berlokasi di Bumi Perkemahan Palutungan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, dan dilakukan pada tahun 2025–2026. Sampel sebanyak 100 responden wisatawan diambil menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert lima tingkat. Analisis data meliputi pengujian validitas, pengujian reliabilitas (Cronbach's Alpha), pengujian asumsi klasik, regresi linier berganda, uji-t, uji-F, dan koefisien determinasi (R^2) menggunakan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen wisatawan di Bumi Perkemahan Palutungan Kuningan dibentuk oleh interaksi faktor kognitif, afektif, dan ekonomi yang secara bersamaan memengaruhi keputusan menginap. Secara simultan, Strategi Periklanan (X_1), Base View (X_2), dan Tingkat Pendapatan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menginap Wisatawan (Y) dengan F-hitung 27,211, signifikansi 0,000, dan koefisien determinasi (R^2) 0,460, yang berarti ketiga variabel tersebut menjelaskan 46,0% variasi keputusan menginap. Secara parsial, Base View terbukti sebagai variabel paling dominan dengan t-hitung 5,003, signifikansi 0,000, dan beta 0,488, yang mencerminkan respons afektif wisatawan terhadap daya tarik visual Palutungan. Tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan dengan t-hitung 3,392 dan signifikansi 0,001, mencerminkan dimensi ekonomi-rasional perilaku konsumen wisatawan berkemah yang menuntut alokasi dana berlapis. Sebaliknya, strategi periklanan tidak berpengaruh signifikan dengan t-hitung -0,834 dan signifikansi 0,406, menunjukkan bahwa stimulus iklan formal belum mampu menyentuh dimensi psikologis wisatawan alam yang lebih dipengaruhi oleh pengalaman langsung dan rekomendasi personal.

Kata Kunci: Strategi Iklan, Base View, Resource Based View, Tingkat Pendapatan, Keputusan Menginap, Bumi Perkemahan.

ABSTRACT

Novianti, Student ID Number: 2282120249, “THE EFFECT OF ADVERTISING STRATEGY, BASE VIEW, AND INCOME LEVEL ON TOURISTS' STAYING DECISIONS AT PERKEMAHAN PALUTUNGAN KUNINGAN.” THESIS. 2026

The Perkemahan Palutungan Kuningan has seen fluctuations in the number of visitors, with 104,465 visitors recorded in 2016 and a decrease to 54,584 in 2024. Income growth does not automatically trigger the intention to choose to stay at a natural tourist destination. Scientific analysis of the impact of advertising strategies, Base View from the Resource-Based View (RBV) perspective, and income levels on accommodation choices in natural tourist areas remains very limited because previous research has generally focused only on urban hotels. This gap forms the basis for this study.

This study aims to determine the influence of advertising strategies, Base View, and income levels on the accommodation decisions of tourists visiting the Perkemahan Palutungan, both partially and simultaneously.

This study employs a descriptive-causal quantitative method, is located at the Perkemahan Palutungan in Kuningan Regency, West Java, and was conducted in 2025–2026. A sample of 100 tourist respondents was selected using purposive sampling. Data were collected using a five-point Likert scale questionnaire. Data analysis included validity testing, reliability testing (Cronbach's Alpha), classical assumption testing, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2) using SPSS.

The results of the study indicate that tourist consumer behavior at the Palutungan Kuningan Camping Ground is shaped by the interaction of cognitive, affective, and economic factors that simultaneously influence the decision to stay. Simultaneously, Advertising Strategy (X_1), Base View (X_2), and Income Level (X_3) have a significant effect on Tourist Stay Decisions (Y) with an F-count of 27.211, a significance of 0.000, and a coefficient of determination (R^2) of 0.460, meaning that the three variables explain 46.0% of the variation in stay decisions. Partially, Base View is proven to be the most dominant variable with a t-count of 5.003, a significance of 0.000, and a beta of 0.488, reflecting tourists' affective response to the visual appeal of Palutungan. Income level has a positive and significant effect with a t-count of 3.392 and a significance of 0.001, reflecting the economic-rational dimension of camping tourist consumer behavior that demands layered fund allocation. On the other hand, advertising strategy did not have a significant effect with a t-count of -0.834 and a significance of 0.406, indicating that formal advertising stimuli have not been able to touch the psychological dimensions of nature tourists who are more influenced by direct experience and personal recommendations.

Keywords: Advertising Strategy, Base View, Resource-Based View, Income Level, Lodging Decision, Campground.

تأثير استراتيجية الإعلان، ومستوى الإطلالة الأساسية، ومستوى الدخل على قرارات إقامة السياح في مخيم بالوتونجان كونينجان

المخلص

نوفيانتي، رقم الطالب: 2282120249، "أثر استراتيجية الإعلان، والرؤية الأساسية، ومستوى الدخل على قرارات إقامة السياح في مخيم بالوتونجان كونينجان". أطروحة. 2026.

شهد مخيم بالوتونجان كونينجان تقلبات في أعداد الزوار، حيث انخفض العدد من 104,465 زائرًا في عام 2016 إلى 54,584 زائرًا في عام 2024. ولا يؤدي نمو الدخل بالضرورة إلى زيادة الإقبال على الإقامة الليلية في وجهات السياحة الطبيعية. ولا يزال التحليل العلمي لتأثير استراتيجية الإعلان، ومنظور الموارد، ومستوى الدخل على خيارات الإقامة في مناطق السياحة الطبيعية محدودًا للغاية، نظرًا لأن الدراسات السابقة ركزت بشكل عام على الفنادق الحضرية فقط. وتشكل هذه الفجوة أساس هذا البحث.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير استراتيجية الإعلان، ومنظور الموارد، ومستوى الدخل على قرارات الإقامة الليلية لدى السياح الذين يزورون مخيم بالوتونجان، سواء بشكل جزئي أو مترام.

استخدمت هذه الدراسة منهجًا كمياً وصفيًا سببيًا، وأجريت في مخيم بالوتونجان، بمقاطعة كونينجان، غرب جاوة، خلال الفترة 2025-2026. وتم اختيار عينة مكونة من 100 سائح باستخدام أسلوب العينة الهادفة. وجمعت البيانات باستخدام استبيان بمقياس ليكرت خماسي المستويات. شمل تحليل البيانات اختبارات (الصلاحية والموثوقية) معامل ألفا لكرونباخ، واختبارات الافتراضات الكلاسيكية، والانحدار الخطي المتعدد SPSS باستخدام برنامج (R²) ومعامل التحديد F، واختبار t، واختبار

أظهرت النتائج أن سلوك المستهلك السياحي في مخيم بالوتونجان كونينجان يتأثر بتفاعل عوامل معرفية وعاطفية واقتصادية تؤثر مجتمعة على قرارات البقاء في المنزل. في الوقت نفسه، أثرت استراتيجية بشكل كبير على قرارات البقاء في المنزل (X3) ومستوى الدخل (X2) والرؤية الأساسية (X1) الإعلان مما 0.460 (R²) ومستوى الدلالة 0.000، ومعامل التحديد F 27.211 لدى السياح، حيث بلغ عدد (Y) يعني أن هذه المتغيرات الثلاثة تفسر 46.0% من التباين في قرارات البقاء في المنزل. جزئيًا، أثبت المنظر المحسوبة 5.003، ومستوى الدلالة 0.000، ومعامل t الأساسي أنه المتغير الأكثر تأثيرًا، حيث بلغت قيمة بيتا 0.488، مما يعكس استجابات السياح العاطفية للجاذبية البصرية لبالوتونجان. كما كان لمستوى الدخل المحسوبة 3.392 ومستوى الدلالة 0.001، مما يعكس البعد t تأثير إيجابي ودال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة الاقتصاد العفاني لسلوك مستهلكي السياحة التخييمية الذي يتطلب تخصيصًا متعدد المستويات للأموال المحسوبة -0.834 t في المقابل، لم يكن لاستراتيجية الإعلان أي تأثير دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة ومستوى الدلالة 0.406، مما يشير إلى أن محفزات الإعلان الرسمية لم تتمكن من التأثير على البعد النفسي لسياح الطبيعة الذين يتأثرون بشكل أكبر بالتجربة المباشرة والتوصيات الشخصية.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية الإعلان، المنظور الأساسي، المنظور القائم على الموارد، مستوى الدخل، قرارات الإقامة، المخيم

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**PENGARUH STRATEGI IKLAN, BASE VIEW DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP WISATAWAN DI BUMI PERKEMAHAN PALUTUNGAN KUNINGAN**”, oleh **Novianti, NIM : 2282120249**, telah diajukan dalam sidang munaqosyah Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon (UINSSC) pada tanggal 23 april 2026

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (UINSSC) Syekh Nurjati Cirebon

Pembimbing :

Ketua Sidang  <u>Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc.,M.Ag.</u> NIP. 197312 232007 0 11022	Sekretaris Sidang  <u>Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si</u> NIP. 19731125 201411 1 002
---	---

Mengetahui

Penguji I



Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si
NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji II



Ila Navilah, S.Sos.,M.E.Sy
NIP. 19860223 202521 2004

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH STRATEGI IKLAN, BASE VIEW DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP WISATAWAN DI BUMI PERKEMAHAN PALUTUNGAN KUNINGAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Pada Program Sarjana Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Oleh :

NOVIANTI

NIM. 2282120249

Pembimbing :

Pembimbing I	Pembimbing II
 <u>Dr. Abdul Nasir, M.E.Sy.</u> NIP. 19890421 202012 1 006	 <u>Dr. H. Didi Sukardi, M.H.</u> NIP. 19691226 200912 1 001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



Dr. H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.

NIP. 197312 232007 0 11022

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Cirebon

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi mahasiswi yang bernama Novianti, NIM : 2282120249 dengan Judul **“PENGARUH STRATEGI IKLAN, BASE VIEW, DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP WISATAWAN DI BUMI PERKEMAHAN PALUTUNGAN KUNINGAN”**. Kami berkesimpulan bahwa kualitas dan materi naskah skripsi tersebut telah memenuhi kriteria akademik pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Oleh karena itu, naskah ini sudah layak untuk diajukan dan diujikan dalam sidang munaqosah. Demikian nota dinas ini kami sampaikan, atas perhatian Bapak, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Abdul Nasir, M.E.Sy.

NIP. 19890421 202012 1 006



Dr. H. Didi Sukardi, M.H.

NIP. 19691226 200912 1 001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



Dr. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.

NIP. 197312 232007 0 11022

PERNYATAAN KEASLIAN

Bismillahirrahmaanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novianti

NIM : 2282120249

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan yang sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah skripsi dengan judul "Pengaruh Strategi Iklan, Base View dan Tingkat Pendapatan Terhadap Keputusan Menginap Wisatawan di Bumi Perkemahan Palutungan Kuningan", benar-benar karya tulis ilmiah yang orisinil dan bukan plagiat yakni tidak melakukan penjiplakan pada karya tulis milik orang lain. Apabila di kemudian hari ditemukan atau terdapat bukti-bukti yang akurat secara ilmiah terjadi plagiat, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan secara hukum yang berlaku.

Cirebon, 10 Maret 2026

Pembuat Pernyataan,



Novianti

NIM. 2282120249

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

MOTTO HIDUP

“Kesuksesan akan membawa kita kepada pandangan yang positif, tanpa ada yang memandang negatif” – Anonim

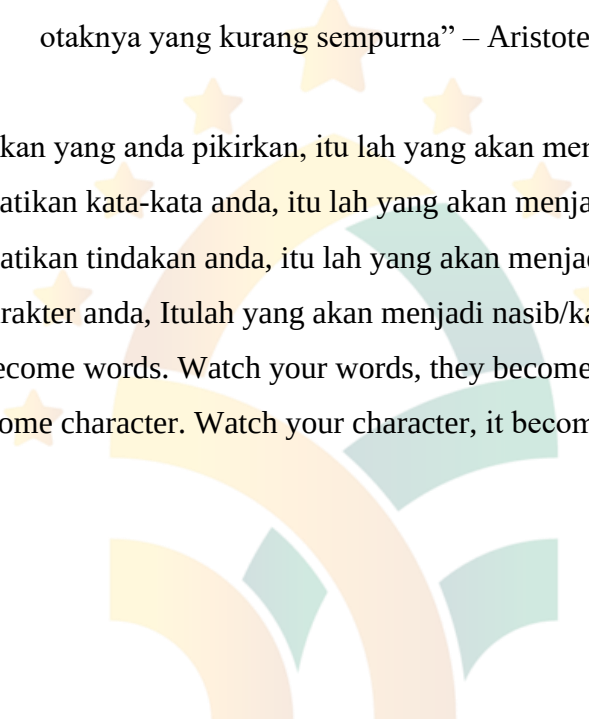
“ Orang yang paling sempurna bukanlah orang dengan otak yang sempurna, melainkan orang yang dapat mempergunakan sebaik – baiknya dari bagian otaknya yang kurang sempurna” – Aristoteles

“Perhatikan yang anda pikirkan, itu lah yang akan menjadi kata-kata

Perhatikan kata-kata anda, itu lah yang akan menjadi tindakan

Perhatikan tindakan anda, itu lah yang akan menjadi karakter

Perhatikan karakter anda, Itulah yang akan menjadi nasib/karakter. Watch your though, they become words. Watch your words, they become actions. Watch your action they become character. Watch your character, it become destiny”. Out Flaw



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah Subhanahu Wata'ala atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, karya ilmiah ini kupersembahkan kepada:

Ayah Maskun dan Ibu Sumiati tersayang, Tidak ada kata-kata yang dapat menggambarkan besarnya pengorbanan dan kasih sayang kalian. Setiap tetes keringat yang tertumpah, setiap doa malam, dan setiap tawa riang penuh harapan adalah kekuatan terbesar dalam hidupku. Gelar sarjana ini hanyalah persembahan sederhana untuk memastikan kebahagiaan di hati kalian. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan, rahmat, dan kebahagiaan kepada kalian berdua.

Nenekku tersayang, Terima kasih atas semua doa, nasihat bijak, dan kasih sayang tulusmu. Kehadiranmu adalah hadiah yang tak ternilai harganya dalam hidupku. Semoga Allah SWT memberimu kesehatan yang baik dan umur panjang yang penuh berkah.

Saudara-saudaraku, Angkatan 22, Kalian adalah keluarga kedua yang Tuhan hadirkan dalam perjalanan akademisku. Terima kasih atas semua tawa, air mata, keluhan, dan perjuangan yang telah kita lalui bersama. Kenangan manis yang kita bagi bersama akan selalu kita hargai. Semoga kita semua menjadi lulusan yang bermanfaat bagi agama kita, tanah air kita, dan negara kita.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Novianti
Tempat/Tanggal Lahir : Kuningan, 17 November 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Nama Bapak : Maskun
Nama Ibu : Sumiati
Telp./ HP : 0831 2055 1158
e-mail : vivonovianti5@gmail.com

Alamat Lengkap : Desa Sangkanurip Jalan Pandansari Dusun Wage Rt. 03/Rw.
01 Kecamatan Cigandamekar Kabupaten Kuningan

Riwayat Pendidikan:

1. TK RA Nurhasanah, Lulus tahun 2009 – 2010
2. SD Negeri Sangkanurip, Lulus tahun 2016
3. MTs Negeri 10 Kuningan, Lulus tahun 2019
4. SMA Negeri 1 Cilimus, Lulus tahun 2022

Dalam bidang akademiknya penulis melanjutkan program sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2022 sampai tahun 2026. Dengan judul skripsi “PENGARUH STRATEGI IKLAN, BASE VIEW, DAN TINGKAT PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP WISATAWAN DI BUMI PERKEMAHAN PALUTUNGAN KUNINGAN”.

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan kekuatan yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Strategi Iklan, Base View dan Tingkat Pendapatan Terhadap Keputusan Menginap Wisatawan Di Bumi perkemahan palutungan Kuningan". Penyelesaian skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag. Rektor Universitas UIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan dan mengembangkan potensi akademik di lingkungan kampus.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas penyediaan fasilitas pembelajaran dan dukungan akademik yang diberikan selama masa studi penulis.
3. Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag. Ketua Program Studi Pengelola yang telah memberikan arahan akademik serta motivasi dalam menjalani proses perkuliahan hingga tahap penyelesaian skripsi.
4. Bapak Dr. Abdul Nasir, M.E.Sy. selaku Pembimbing I. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan beliau meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran. Arahan, masukan, serta kritik konstruktif yang diberikan sangat membantu penulis dalam menyempurnakan skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan teknis, saran metodologis, serta koreksi detail yang sangat berharga dalam proses penyempurnaan penelitian ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pengelola yang telah mentransfer ilmu pengetahuan, berbagi pengalaman praktis, dan memberikan wawasan

akademik selama penulis menjalani masa perkuliahan. Kontribusi beliau semua sangat berarti dalam membentuk pemahaman penulis terhadap bidang ilmu Ekonomi Syariah.

7. Pengelola serta seluruh staff Bumi perkemahan palutungan Kuningan yang telah memberikan izin penelitian dan memfasilitasi proses pengumpulan data di lapangan. Dukungan operasional yang diberikan sangat membantu kelancaran pelaksanaan penelitian ini.
8. Para wisatawan yang berkunjung ke Bumi perkemahan palutungan Kuningan yang telah bersedia menjadi responden dan meluangkan waktu untuk mengisi instrumen kuesioner penelitian. Partisipasi aktif mereka merupakan komponen esensial dalam penyelesaian penelitian ini.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Maskun dan Ibu Sumiati, yang tidak pernah henti memberikan doa, dukungan moril dan materil, serta kasih sayang yang tulus kepada penulis. Pengorbanan, kesabaran, dan kepercayaan yang telah diberikan menjadi motivasi terbesar bagi penulis untuk menyelesaikan studi. Semoga pencapaian ini dapat menjadi persembahan yang membanggakan bagi mereka.
10. Adik-adik serta seluruh keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan semangat, doa, dan dukungan moral selama proses penyusunan skripsi, terutama pada saat-saat penulis menghadapi berbagai kendala dan tantangan.
11. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, khususnya angkatan 2022, yang telah menjadi teman seperjuangan dalam menjalani proses akademik. Dukungan, diskusi ilmiah, serta semangat kebersamaan yang terjalin selama ini sangat berarti bagi penulis. Semoga kita semua dapat mencapai kesuksesan di masa depan.
12. Berbagai pihak lain yang telah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Setiap bentuk bantuan yang diberikan sangat penulis hargai dan akan selalu dikenang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan kekurangan, baik dari segi metodologi, analisis, maupun pembahasan, yang

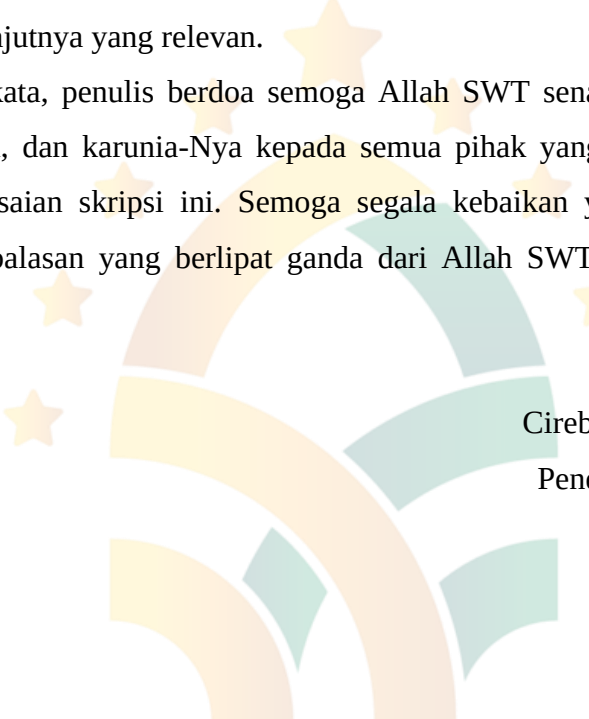
disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dan mengharapkan kritik serta saran konstruktif dari berbagai pihak untuk perbaikan dan pengembangan penelitian di masa mendatang. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif, khususnya dalam pengembangan keilmuan di bidang pengelola pemasaran pariwisata, serta dapat menjadi bahan referensi atau inspirasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang relevan.

Akhir kata, penulis berdoa semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat, berkah, dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin ya Rabbal 'Alamin

Cirebon, 24 Februari 2026

Peneliti

Novianti



UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المخصص	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS	vi
PERNYATAAN KEASLIAN	vii
MOTTO HIDUP	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
A. Batasan Masalah	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	13
F. Sistematika Penulisan	13

BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Teori Perilaku Konsumen	15
B. Strategi Iklan dalam Pariwisata Digital.....	31
C. Konsep Base View (RBV – <i>Resource-Based View</i>)	37
D. Tingkat Pendapatan Wisatawan.....	44
E. Keputusan Menginap Wisatawan.....	49
F. Penelitian Terdahulu	56
G. Kerangka Konseptual.....	70
1. Pengaruh Strategi Iklan terhadap Keputusan Menginap	71
2. Pengaruh Base View terhadap Keputusan Menginap	71
3. Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Keputusan Menginap	72
H. Hipotesis Penelitian.....	74
BAB III	76
METODOLOGI PENELITIAN.....	76
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	76
i. Jenis dan Pendekatan Penelitian	76
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	78
4. Populasi	78
5. Sampel.....	80
D. Sumber dan Jenis Data.....	81
E. Teknik Pengumpulan Data.....	83
1. Kuesioner.....	84
2. Dokumentasi.....	85
3. Observasi	86

F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	86
1. Variabel Penelitian	86
2. Definisi Operasional Variabel	89
G. Teknik Uji Instrumen	92
1. Uji Validitas	93
2. Uji Reliabilitas.....	94
H. Teknik Analisis Data.....	95
1. Uji Asumsi Klasik	95
2. Analisis Regresi Berganda	97
3. Uji t (Parsial)	98
4. Uji F (Simultan).....	99
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	100
BAB IV	101
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	102
A. Profil Bumi perkemahan palutungan Kuningan.....	102
B. Karakteristik Responden	104
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	104
2. Karakteristik Respoden Berdasarkan Usia	105
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	107
4. Karakteristik responden berdasarkan Pendapatan	108
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	110
1. Deskripsi Variabel Independen	110
2. Deskripsi Variabel Dependen.....	119
D. Uji Instrumen Penelitian	123
1. Uji Validitas	123

2. Uji Reabilitas	125
E. Uji Asumsi Klasik	126
1. Uji Normalitas	126
2. Uji Multikolinieritas	129
3. Uji Heteroskedastisitas	131
F. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	132
G. Uji Hipotesis	133
1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	133
2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	135
H. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	136
I. Pembahasan	137
1. Analisis Perilaku Konsumen dalam Integrasi Strategi Iklan, Base View, dan Tingkat Pendapatan terhadap Keputusan Mengingat	137
2. Pengaruh Strategi Iklan terhadap Keputusan Mengingat	137
3. Pengaruh Base View terhadap Keputusan Mengingat	141
4. Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Keputusan Mengingat	143
5. Pengaruh Strategi Iklan, Base View Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Keputusan Mengingat	145
BAB V	152
PENUTUP	152
A. Kesimpulan	152
B. Implikasi Penelitian	153
1. Implikasi Teoritis (Pengembangan Ilmu)	153
2. Implikasi Praktis (Manfaat bagi Pelaku Usaha)	154
3. Implikasi Kebijakan (Bagi Instansi/Aturan)	154

C. Saran.....	155
1. Bagi Pengelola Bumi Perkemahan Palutungan Kuningan	155
2. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan.....	155
3. Bagi Penelitian Selanjutnya.....	156
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN.....	175



UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rekapitulasi Jumlah Upah Minimum Kabupaten Kuningan Di Daerah Provinsi Jawa Barat.....	7
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	56
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	90
Tabel 4. Jumlah Kunjungan Wisatawan Bumi Perkemahan Palutungan Tahun 2016–2024.....	103
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	104
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	106
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	107
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	109
Tabel 9. Deskripsi Variabel Strategi Iklan.....	111
Tabel 10. Deskripsi Variabel Base View	113
Tabel 11. Deskripsi Variabel Tingkat Pendapatan.....	116
Tabel 12. Variabel Keputusan Menginap.....	120
Tabel 13. Hasil Uji Validitas.....	123
Tabel 14. Hasil Uji Reabilitas	125
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas	126
Tabel 16. Hasil Uji Multikolinieritas	130
Tabel 17. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	132
Tabel 18. Hasil Uji Parsial (Uji t)	133
Tabel 19. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	135
Tabel 20. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	136

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rekapitulasi Jumlah Kunjungan Wisatawan Bumi perkemahan palutungan di Kabupaten Kuningan 2016 – 2024.....	4
Gambar 2. Kerangka Berpikir	73
Gambar 3. Grafik Kunjungan Tiket Jasa Wisata Alam Bulan Januari – Bulan Oktober Tahun 2025	79
Gambar 4. Profil Perkemahan palutungan kuningan	102
Gambar 5. Histogram Dependen Variabel Menginap.....	128
Gambar 6. Normal P-P Plot Uji Normalitas Dependen Variabel Menginap	129
Gambar 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas	131
Gambar 8. Papan kayu bertuliskan "Wisata Alam Buper Palutungan Curug Putri"	240
Gambar 9. Foto lokasi bumi perkemahan palutungan kuningan.....	240
Gambar 10. Daya Tarik Alam.....	241
Gambar 11. Papan petunjuk menuju Curug Putri (Air Terjun).....	241
Gambar 12. tiket masuk bumi perkemahan palutungan.....	241
Gambar 13. Foto peneliti Bersama responden di area jembatan curug putri Kawasan bumi perkemahan palutungan kuningan	241
Gambar 14. Foto peneliti Bersama responden di curug putri Kawasan bumi perkemahan palutungan kuningan.....	241
Gambar 15. Foto peneliti Bersama responden di area perkemahan palutungan kuningan.....	242
Gambar 16. Foto responden di area jalur pejalan kaki menuju curug putri Kawasan bumi perkemahan palutungan kuningan	242
Gambar 17. Mushola di Bumi Perkemahan Palutungan	243
Gambar 18. Tangga dan jembatan menuju Curug Putri.....	243
Gambar 19. Glamping/ Tenda permanen	243
Gambar 20. Pos Informasi + Toilet.....	243
Gambar 21. Warung Makan + Wahana ATV	244
Gambar 22. Aula / Bangunan pertemuan terbuka.....	244
Gambar 23. SK Pembimbing 1 dan 2.....	245

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	175
Lampiran 2. Surat Permohonan Izin Penelitian	181
Lampiran 3. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian dari Pengelola Bumi Perkemahan Palutungan Kuningan	182
Lampiran 4. Tabulasi Data Hasil Kuesioner	183
Lampiran 5. Rekapitulasi Data Karakteristik Responden	217
Lampiran 6. Deskripsi Variabel Penelitian – Strategi Iklan (X1).....	221
Lampiran 7. Deskripsi Variabel Penelitian – Base View (X2)	222
Lampiran 8. Deskripsi Variabel Penelitian – Tingkat Pendapatan (X3).....	223
Lampiran 9. Deskripsi Variabel Penelitian – Keputusan Menginap (Y)	224
Lampiran 10. Uji Validitas Seluruh Variabel	225
Lampiran 11. Uji Reabilitas Seluruh Variabel	234
Lampiran 12. Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas).....	235
Lampiran 13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	237
Lampiran 14. Uji Parsial (Uji t)	238
Lampiran 15. Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	238
Lampiran 16. Koefisien Determinasi (R^2).....	239
Lampiran 17. Data Kunjungan Wisatawan Bumi Perkemahan Palutungan Kuningan	239
Lampiran 18. Data Upah Minimum Kabupaten (UMK) Kuningan Tahun 2016–2025.....	240
Lampiran 19. Foto Lokasi Bumi Perkemahan Palutungan Kuningan.....	240
Lampiran 20. Foto Peneliti Bersama Responden Pengisi Kuesioner.....	241
Lampiran 21. Foto Bersama dengan Para Pengelola Bumi Perkemahan Palutungan	242
Lampiran 22. Foto Fasilitas Bumi Perkemahan Palutungan Kuningan	244
Lampiran 23. SK Pembimbing 1 dan 2.....	245
Lampiran 24. Formulir Pendaftaran Wilayah	246
Lampiran 25. Hasil Turnitin.....	247

Lampiran 26. Kartu Bimbingan Skripsi.....	248
---	-----



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

A. Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

B. Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut :

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “ satu fenom satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

C. Rumusan Pedoman Transliterasi Arab - Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi :

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab

dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
(َ)	Fathah	A	A
(ِ)	Kasrah	I	I
(ُ)	Dhammah	U	U

b) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ي/ (َ)...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و/ (ِ)...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

ذُكِرَ	- žukira
يَذْهَبُ	- yažhabu
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هَؤُلَ	- haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا...َ	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ي...ِ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...ُ	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	- qāla
رَمَى	- ramā
قِيلَ	- qīla

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

a) Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

b) Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

- c) Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

- raudah al-aṭfāl

- raudatulaṭfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

- al-Madīnah al-Munawwarah

-al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَة

- talḥah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang samadenganhuruf yang diberi tanda syaddahitu.

Contoh:

رَبَّنَا

Rabbana

نَزَّلَ

Nazzala

الْبِرُّ

Al-Birr

الْحَجَّ

Al-Hajj

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan

huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
الْبَدِيعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

تَأْخُذُونَ	ta'khuẓūna
الْأَنْوَاءُ	an-nau'
سَيَّئُ	syai'un
إِنَّ	inna
أَمِرْتُ	umirtu

أَكَل	akala
-------	-------

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَأَنَّ اللَّهَ لَوْ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْكَلِيلَ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīm al-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhimajrehāwamursahā
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭā'a ilaihi sabīla Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā'a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُمْدِّ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
------------------------------	----------------------------

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَنَّةٍ مُّبَارَكَةٍ	Inna awwalabaitinwuḍi'alinnāsilallaẓibibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramaḍān al-laẓi unzila fih al- Qur'ānu Syahru Ramaḍān al-laẓi unzila fihil Qur'ānu
وَلَقَدْ رَآهُ يُلَاقِي الْمُبِينَ	Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نُصِرْنَا مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Naṣrunminallāhiwafathunqarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعٌ	Lillāhi al-amrujamī'an Lillāhil-amrujamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāhabikullisyai'in 'alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid

UNIVERSITAS NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON