

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**PENGARUH PRODUK WISATA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA DESA RELIGIUS  
BONGO**

**( Studi Kasus : Taman Wisata Religius Bubohu)**

**SKRIPSI**


Oleh : Moh. Rivaldi abd. Rauf

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd, M.Si  
NIP. 197901302003121002

  
YULIDA L. ISMAIL, M.Si  
NIP. 197607042005012002

**Mengetahui :**

  
**Ketua Jurusan Manajemen**

Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si  
NIP. 198307162009121006

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PRODUK WISATA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA  
DESA RELIGIUS BONGO





Oleh  
**MOH. RIVALDI ABD. RAUF**  
NIM. 931417160

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Kamis, 16 September 2021


Waktu : 10:00:00

Penguji

- |  |   |
|--|---|
| 1. TINEKE WOLOK, ST.,M.M.<br>NIP.197305232006042002          | 1.....<br>  |
| 2. Dr. UMIN KANGO, S.Pd, M.Si<br>NIP.197910122005012001      | 2.....<br>  |
| 3. DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd, M.Si<br>NIP.197901302003121002 | 3.....<br> |
| 4. YULINDA L ISMAIL, M.Si<br>NIP.197607042005012002          | 4.....<br> |

Mengetahui:

Dekan FAKULTAS EKONOMI

  
Dr. MUHAMMAD AMIR ARHAM, M.E.  
NIP.197207282006041002

## ABSTRAK

**Moh. Rivaldi abd. Rauf.** 2021. Pengaruh Produk Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Desa Religius Bongo (Studi Kasus : Taman Wisata Religius Bubohu). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I : Djoko Lesmana Radji, S.Pd., M.Si, Pembimbing II : Ibu Yulinda L. Ismail, S.Pd, M.Si.

Tujuan penelitian 1). untuk mengetahui apakah produk wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di objek wisata desa religius bongo. 2). Untuk mengetahui apakah citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di objek wisata desa religius bongo. 3). Untuk mengetahui apakah produk wisata dan citra destinasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung di objek wisata desa religius bongo. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan atau pengunjung yang pernah mendatangi tempat wisata di desa bongo dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Pengumpulan data di peroleh dari hasil observasi, kuesioner dan dokumentasi. Kemudian di analisis data menggunakan regresi berganda. Instrumen diuji validitas, reliabilitas, dan normalitas. Analisis data yang digunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian membuktikan bahwa 1). Produk Wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Taman Wisata Religius Bubohu Gorontalo. Ketersediaan produk wisata yang baik membuat wisatawan merasa nyaman dan ingin mengunjungi ulang tempat wisata. 2). Citra Destinasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dalam menentukan Keputusan Berkunjung wisatawan di Taman Wisata Religius Bubohu Gorontalo. Citra yang baik dapat memberikan kesan, dan gambaran terhadap tempat wisata. 3). terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Taman Wisata Religius Bubohu Gorontalo. Hal ini membuktikan bahwa produk wisata dan citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung oleh wisatawan.

**Kata kunci : Produk Wisata, Citra Destinasi, Keputusan Berkunjung.**

## ABSTRACT

Moh. Rivaldi Abd. Rauf. 2021. The Effect of Tourism Product and Destination Image on Decisions to Visit the Bongo Religious Village Tourism Object (Case Study: Bubohu Religious Tourism Park). Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The Principal Supervisor is Djoko Lesmana Radji, S.Pd., M.Sc., and the Co-supervisor is Yulinda L. Ismail, S.Pd., M.Si.

This research aims; 1). to find out whether or not the tourism product affects the decision to visit the Bongo religious village tourism object, 2). to find out whether or not the destination image affects the decision to visit the Bongo religious village tourism object, and 3). to find out whether or not the tourism product and destination image simultaneously affect the decision to visit the Bongo religious village tourism object. The population is the tourists or visitors of the Bongo religious village tourism object with a total sample of 96 respondents. The data collection technique applies to observations, questionnaires, and documentation, in which the data collection technique uses multiple regression analysis. The research instrument is tested by using validity, reliability, and normality tests.

The findings show that: 1). Tourism product partially has a significant effect on the decision of tourists to visit the Bubohu Religious Tourism Park, Gorontalo. The availability of good tourism products makes tourists feel comfortable and want to revisit it. 2). The destination image has a positive and significant effect on the decision of tourists to visit the Bubohu Religious Tourism Park, Gorontalo. A good image can give an impression and an overview of the tourism object. 3). Tourism Product and Destination Image simultaneously have a significant effect on the decision of tourists to visit the Bubohu Religious Tourism Park, Gorontalo. This proves that tourism products and destination image affect the decision of tourists to visit Bubohu Religious Tourism Park, Gorontalo.

**Keywords: Tourism Product, Destination Image, Visiting Decision.**

