

Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pantai Gemah Di Kabupaten Tulungagung

Oleh:

Muhammad Liulin Nuha*)

Nur Hidayati**)

Aleria Irma Hatneny***)

Email :

muhammadnuha30@gmail.com

nurhidayati_fe@unisma.ac.id

aleriala@unisma.ac.id

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of price, location and facilities simultaneously and partially on the decision to visit Gemah Beach tourists in Tulungagung Regency. The sample in this study was 100 respondents, using nonprobability sampling method with snowball sampling technique. The data analysis used is multiple linear regression. The results of this study indicate that the price variable has a significant effect on the decision to visit tourists with a significant value of 0.000. The location variable has a significant effect on the decision to visit with a significant value of 0.0040. Tourist facilities variable has a significant effect on the decision to visit tourists with a significant value of 0.179.

Keywords: *Visiting Decision, Price, Locatio, and Facilities.*

Pendahuluan

Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya sumber daya alam dan keindahan alamnya. Keindahan alam yang terdapat di Indonesia membentang dari Sabang sampai Merauke. Ada beberapa pariwisata alam yang terdapat di Indonesia antara lain ialah wisata pegunungan, wisata pantai, wisata laut dan lainnya. Bisa dikatakan indah karena tidak ada campur tangan manusia dalam pembuatannya. Keindahan alam yang ada di Indonesia memiliki potensi untuk dijadikan pariwisata apabila dikelola dengan baik dan menjadi sumber pendapatan atau pertumbuhan ekonomi dari suatu daerah.

Terutama Provinsi Jawa Timur yang lebih memprioritaskan pengembangan dalam sektor pariwisatanya. Daerah Jawa Timur yang menjadi potensi wisata menarik untuk dikembangkan yaitu Kabupaten Tulungagung. Pemerintah Kabupaten Tulungagung mulai mengembangkan potensi pariwisata dan juga terbangunnya program pemerintah yaitu Jalur Lintas Selatan ke wilayah paling selatan di Provinsi Jawa Timur. Sejak Jalur Lintas Selatan mulai dibangun tumbuh ekonomi baru di Kabupaten Tulungagung. (Republika.co.id, 2017)

Salah satu pariwisata Kabupaten Tulungagung yang ada akibat adanya Jalur Lintas Selatan yaitu Pantai Gemah yang merupakan obyek wisata baru yang ada di pesisir selatan. Pantai Gemah dibuka pada tanggal 26 Desember 2016 akan tetapi pantai ini lebih dulu viral di berbagai macam sosial media seperti Instagram, Facebook dan lainnya. Dalam secara geografis Pantai Gemah berada di semenanjung teluk Popoh Desa Keboireng Kecamatan Besuki. Dan juga lokasinya sangat mudah di akses melalui Jalur Lintas Selatan.

Berdasarkan laporan data kunjungan tahun 2017 yang diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Tulungagung (2018) memperlihatkan bahwa dari sekian banyak pantai yang ada di Kabupaten Tulungagung, Pantai Gemah adalah pantai ke dua yang paling banyak dikunjungi ditahun 2017 yaitu sebesar 114.920 pengunjung dari 45 wisatawan mancanegara dan 114.875 wisatawan nusantara padahal Pantai Gemah masih dikatakan baru dibuka untuk umum yaitu pada tahun 2016.

Karena adanya berbagai hal yang ditawarkan Pantai Gemah yang menarik untuk wisatawan berkunjung seperti harga. Dalam meningkatkan keputusan konsumen besar kecil harga sangat mempengaruhi berkunjungnya wisatawan di sebuah objek wisata. Harga ialah nilai atau *value* yang pertukarkan pelanggan untuk mendapatkan kegunaan sebuah produk atau jasa (Sunarji, 2016:215). Harga-harga tiket dan fasilitas yang ditawarkan wisata Pantai Gemah yaitu mulai harga tiket masuk sebesar 10.000 rupiah untuk motor dan 25.000 rupiah untuk mobil, sewa ATV dan Motor Trail sebesar 50.000 rupiah, keliling pantai naik perahu sebesar 15.000 rupiah per orang, naik *banana boat* sebesar 40.000 rupiah per orang dan sewa tenda sebesar 25.000 rupiah per tenda

Salah satu hal yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan berkunjung adalah lokasi. Seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono (2012 tempat atau lokasi ialah kunci utama untuk melihat dan mengetahui keberhasilan sebuah usaha karena lokasi yang strategis dan mudah dijangkau pasti akan memudahkan konsumen untuk mengetahui dan melakukan pembelian. Jika akses transportasi untuk keluar masuk ke dalam lokasi objek wisata dapat dilalui dengan mudah dan nyaman pasti wisatawan atau konsumen sangat ingin pergi berbelanja jasa atau produk yang akan dijual, artinya mudah dijangkau. Lokasi Pantai Gemah yang sangat mudah dilalui dari Jalur Lintas Selatan dengan keadaan jalan yang sangat baik dan lebar bisa dilewati untuk kendaraan besar seperti bus, truk, mobil-mobil pribadi dan lain-lain.

Dalam perusahaan jasa fasilitas merupakan kunci utama dalam menentukan banyak pilihan pembeli untuk mengunjungi tempat wisata. Fasilitas juga merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha. Fasilitas ialah segala hal yang berbentuk, dapat digunakan manfaatnya yang disediakan oleh penjual atau perusahaan untuk pembeli (Kotler dan Armstrong 2014:58). Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung menyediakan fasilitas hiburan yang mulai dari lokasi foto, penyewaan kendaraan ATV dan Motor Trail untuk mengelilingi semenanjung pantai dan tempat $\pm$ 82 PKL (pedagang kaki lima) yang lengkap yang dijual oleh warga disekitar pantai dari jual makanan, aksesoris hingga pakaian. Terdapat juga fasilitas lain seperti penyewaan perahu, area jogging, area parkir, musala, toilet dan masih banyak lagi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka diambil judul penelitian sebagai berikut **“Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pantai Gemah Di Kabupaten Tulungagung”**.

Rumusan Masalah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pihak pengelola Objek Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung

1. Bagaimana pengaruh harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana pengaruh harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung?
3. Bagaimana pengaruh lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung?
4. Bagaimana pengaruh fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.

Tinjauan Teori

Keputusan berkunjung

Pada dasarnya keputusan berkunjung konsumen ke objek wisata sangat berkaitan dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan proses kegiatan memasarkan objek wisata yang paling penting dimiliki oleh pengelola wisata, karena pengelola wisata awalnya tidak mengetahui apa yang diinginkan pengunjung pada waktu sedang, sebelum dan setelah melakukan kunjungan pada suatu objek wisata. Menurut Kotler dan Keller (2012) berpendapat bahwa pelanggan membeli sebuah produk atau jasa yang ditawarkan harus melakukan beberapa cara ialah mulai dari mencari keinginan, informasi yang dibutuhkan, penggunaan dan efek setelah keinginan pelanggan tercapai.

Harga

Sunarji (2016) mengatakan bahwa harga (*price*) nilai atau *value* yang pertukarkan pelanggan untuk mendapatkan kegunaan sebuah produk atau jasa. Untuk penyedia sebuah layanan wisatawan harga adalah alasan utama keputusan wisatawan dalam berkunjung dalam tempat objek wisata. Bagi penyedia layanan wisata harga juga sebagai alasan keputusan pembelian wisatawan dan dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan untuk melakukan kunjungan disuatu objek wisata.

Lokasi

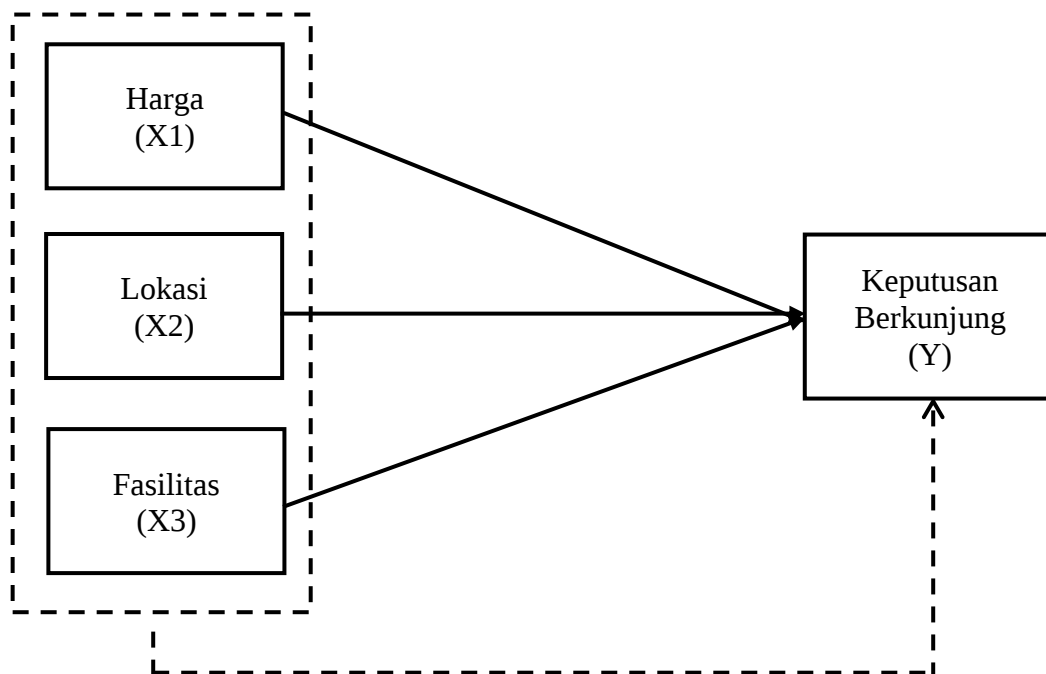
Lokasi untuk suatu objek wisata harus mengacu pada kemudahan akses datangnya bagi konsumen atau wisatawan dan strategisnya suatu lokasi penjualan yang tepat akan

memberikan peningkatan dalam penjualan dan juga peningkatan kepuasan kepada pelanggan. Lokasi menurut Tjiptono (2015) adalah tempat penyaluran dan pemberian dari perusahaan untuk memasarkan berupa produk maupun jasa kepada masyarakat atau konsumen yang menginginkannya.

Fasilitas

Fasilitas merupakan paling penting dalam perusahaan jasa seperti wisata, pengiriman dan lainnya, oleh sebab itu fasilitas yang ada seperti keadaan fasilitas, kelengkapan fasilitas dan kebersihan fasilitas yang paling dipertimbangkan dalam penjualan dan yang paling utama berkaitan dengan yang dirasakan pembeli secara langsung. Menurut Tjiptono (2015) fasilitas adalah fasilitas merupakan barang yang berbentuk fisik yang dimiliki oleh perusahaan dan disediakan untuk pembeli untuk mendapatkan manfaatnya.

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan:

- : Pengaruh Parsial
- - -→ : Pengaruh Simultan

Hipotesis

- H1: Harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.
- H2: Harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.
- H3: Lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.
- H4: Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi Dan Waktu Penelitian

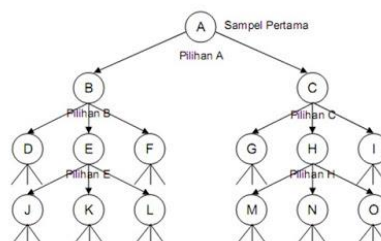
Jenis penelitian yang dipakai ialah penelitian penjelasan (*Explanatory Research*). Objek pada penelitian ini dilakukan pada pihak atau masyarakat yang mengetahui dan sudah berkunjung tentang Wisata Pantai Gemah di Desa Keboireng, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini dilakukan pada bulan April sampai dengan bulan Juni 2020.

Populasi Penelitian

Populasi yang dipilih didalam penelitian ini adalah rata-rata populasi pengunjung wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung pada tahun 2019 sebesar 150.000 pengunjung, karena sulitnya mendapatkan data populasi pengunjung pertahunnya dan peneliti hanya mendapatkan data kunjungan pada tahun 2017 sebesar 114.920 pengunjung.

Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan teknik *snowball sampling*. Menurut Sugiyono (2013) *snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang awalnya berjumlah sedikit dan selanjutnya sampel ini disuruh teman-temannya untuk dijadikan sampel begitu seterusnya hingga sampel yang ditentukan tercapai.



Gambar 3.1 Teknik Snowball Sampling

Sumber: Sugiyono (2013)

Untuk menentukan jumlah sampel, dalam teknik pengambilan sampelnya peneliti menggunakan rumus *slovin*, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Berdasarkan rumus diatas, maka didapatkan jumlah sampel yang dapat diambil didalam penelitian ini sebesar:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{150.000}{1 + 150.000(10\%)^2} \\ n &= \frac{150.000}{1.501} \\ n &= 99,93 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 99,93 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini memakai teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner menurut Sugiyono (2013) ialah teknik yang dikerjakan dengan cara memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan kepada orang yang menjadi responden untuk dijawab.

Metode Pengumpulan Data

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghazali (2012) dipakai untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner yang digunakan.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2012) uji reliabilitas ialah untuk menguji suatu variabel yang mampu diukur secara konsisten dan bertahap yang menggunakan alat ukur dan sejauh mana alat ukur tersebut mampu mengukur.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan didalam model regresi berdistribusi normal atau tidak dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan penghitungan dengan menggunakan *one simple kolmogorov smirnov*.

Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2012) uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model terdapat hubungan antara variabel bebas (independen).

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2012) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji dalam model terdapat adanya perbedaan varian satu penglihatan ke penglihatan yang lain.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2012) Uji Analisis regresi berganda berfungsi untuk melihat adanya pengaruh variabel (X) bebas terhadap variabel (Y) terikat berdasarkan nilai koefisien regresinya. Adapun persamaan dari regresi linier berganda tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Uji hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2012) Uji ini digunakan untuk melihat dari semua variabel bebas (*independent*) apakah mempunyai hubungan secara langsung bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependent*).

b. Uji parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2012) Uji ini digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel bebas (*independent*) yang digunakan secara individual terhadap variabel terikat (*dependent*).

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Ghazali (2012:99) mengatakan Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas (*independent*) dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat (*dependent*).

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	r Tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,750	0,1966	Valid
	X1.2	0,698	0,1966	Valid
	X1.3	0,699	0,1966	Valid
	X1.4	0,612	0,1966	Valid
Lokasi (X2)	X2.1	0,503	0,1966	Valid
	X2.2	0,586	0,1966	Valid
	X2.3	0,738	0,1966	Valid
	X2.4	0,753	0,1966	Valid
	X2.5	0,710	0,1966	Valid
	X2.6	0,531	0,1966	Valid
	X2.7	0,553	0,1966	Valid
Fasilitas (X3)	X3.1	0,764	0,1966	Valid
	X3.2	0,792	0,1966	Valid
	X3.3	0,645	0,1966	Valid
	X3.4	0,761	0,1966	Valid
Keputusan Berkunjung ng (Y)	Y.1	0,592	0,1966	Valid
	Y.2	0,652	0,1966	Valid
	Y.3	0,769	0,1966	Valid
	Y.4	0,795	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Berdasarkan mengenai tabel diatas dari variabel harga, lokasi, fasilitas dan keputusan berkunjung diartikan variabel tersebut valid, dengan dibuktikan bahwa r tabel dalam penelitian ini dengan r hitung > r tabel dengan tingkat dari signifikan sebesar 5%.

b. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Harga (X ₁)	0,633	Reliabel
2	Lokasi (X ₂)	0,736	Reliabel
3	Fasilitas (X ₃)	0,712	Reliabel
4	Keputusan Berkunjung (Y)	0,663	Reliabel

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Dalam tabel tersebut dijelaskan variabel yang akan digunakan seluruhnya reliabel, dari hasil tersebut ditegaskan dari nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Maka dari hasil pengujian yang sudah dilakukan peneliti yaitu apabila indikator dari variabel yang akan dilakukan pengujian kembali dapat menghasilkan hasil yang sama untuk menjelaskan pengaruh variabel harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.79841260
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.056
	Negative	-.091
Kolmogorov-Smirnov Z		.912
Asymp. Sig. (2-tailed)		.376

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui data berdistribusi normal. Jika dari hasil nilai (Asymp. Sig) yang diketahui lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan hasil nilai (Asymp. Sig) yang diketahui lebih kecil dari 0,05 maka data

terdistribusi tidak normal. Berdasarkan data Tabel diatas didapat nilai (Asymp. Sig) yaitu 0,376 yang artinya lebih besar dari 0,05 maka dapat diartikan bahwa data telah berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.665	1.888			
total_x1	.390	.092	.400	.716	1.396
total_x2	.160	.077	.207	.649	1.540
total_x3	.149	.110	.149	.532	1.878

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Dari tabel tersebut diartikan bahwa nilai (VIF) *variance inflation factor* didalam variabel independen yaitu harga, lokasi dan fasilitas yaitu angka toleransinya diatas 0,1 dan dibawah 10. Dari penjelasan tersebut tidak terdapat adanya multikolinearitas dengan variabel independen.

b. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.598	1.074		.557	.579
total_x1	-.012	.052	-.026	-.220	.826
total_x2	.036	.044	.103	.818	.415
total_x3	.000	.062	.000	-.003	.998

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Rumus dari uji ini memakai *Glejser* ialah suatu rumus untuk pengambilan keputusan dimana jika nilai dari signifikansi lebih besar dari nilai 0,05 diartikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, begitupun sebaliknya. Dari tabel diatas dapat diperoleh bahwa tingkat signifikansi berdasarkan variabel harga, lokasi dan fasilitas mempunyai nilai signifikansi diatas 0,05 artinya tidak terdapat adanya masalah dalam heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

ANOVA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.665	1.888		1.411	.161
total_x1	.390	.092	.400	4.226	.000
total_x2	.160	.077	.207	2.082	.040
total_x3	.149	.110	.149	1.355	.179

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,665 + 0,390X_1 + 0,160X_2 + 0,149 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan berkunjung

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

X_1 = Harga

X_2 = Lokasi

X_3 = Fasilitas

Dari pengertian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta adalah 2,665, ini dapat diartikan bahwa dari variabel harga, lokasi dan fasilitas sama dengan nol, maka nilai dari keputusan berkunjung adalah 2,665.
- Koefisien harga adalah 0,390 ini berarti bahwa variabel harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung.
- Koefisien lokasi adalah 0,160 ini berarti bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung.
- Koefisien fasilitas adalah 0,149 ini berarti bahwa variabel fasilitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Uji Hipotesis

a. Uji F

Coefficients^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	198.965	3	66.322	19.884	.000 ^a
	Residual	320.195	96	3.335		
	Total	519.160	99			

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Hasil nilai diatas dapat dikatakan berpengaruh secara simultan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan dapat dikatakan tidak berpengaruh secara simultan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dari tabel diatas diperoleh signifikansi dengan nilai sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka secara simultan terdapat pengaruh antara harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung.

b. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.665	1.888		1.411	.161
	total_x1	.390	.092	.400	4.226	.000
	total_x2	.160	.077	.207	2.082	.040
	total_x3	.149	.110	.149	1.355	.179

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai sig 0,000 < 0,05 maka diartikan adanya pengaruh antara variabel harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung.
2. Nilai sig 0,040 < 0,05 maka diartikan adanya pengaruh antara variabel lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung.
3. Nilai sig 0,179 > 0,05 maka diartikan tidak terdapat adanya pengaruh antara variabel fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung.

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 ^a	.383	.364	1.82630

Sumber: Data primer diolah tahun 2020

Dari tabel tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,364 yang artinya menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi dan fasilitas dapat menjelaskan variabel keputusan berkunjung sebesar 36,4%. Sedangkan sisanya sebesar 63,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan Hasil Penelitian

a. Harga, Lokasi dan Fasilitas Berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan yang telah dilakukan dari hasil analisis penelitian dapat disimpulkan variabel Harga, Lokasi dan Fasilitas berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung yaitu dengan nilai angka sig 0,000 < 0,05.

b. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil yang sudah dilakukan dari hasil analisis penelitian dapat dikatakan bahwa hasil analisis variabel harga terdapat nilai t hitung 4,226 dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Artinya secara parsial atau individu variabel harga berpengaruh secara langsung terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung. Hal ini sejalan dan sesuai penelitian terdahulu sebelumnya oleh Gani (2018) harga berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung”.

c. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil yang sudah dilakukan dari hasil analisis penelitian dapat dikatakan bahwa hasil analisis variabel lokasi terdapat nilai t hitung 2,082 dengan nilai sig 0,040 < 0,05. Artinya secara individu atau parsial variabel lokasi berpengaruh secara langsung terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung. Hal ini sejalan dan sesuai penelitian terdahulu sebelumnya oleh Ilhamda (2018) lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.

d. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil yang sudah dilakukan dari hasil analisis penelitian dapat dikatakan bahwa hasil analisis variabel fasilitas terdapat nilai t hitung 1,355 dengan nilai sig 0,179 > 0,05. Artinya secara individu atau parsial variabel lokasi tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung. Hal ini sejalan dan sesuai penelitian terdahulu sebelumnya oleh Isnana (2019) fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

- 1) Harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh dan signifikan secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.

- 2) Harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.
- 3) Lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.
- 4) Fasilitas berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.

Saran

Dalam hasil penelitian yang sudah dilakukan terdapat beberapa saran kepada beberapa pihak kepada perusahaan maupun kepada peneliti selanjutnya, antara lain:

- 1) Kepada institusi atau perusahaan ialah perusahaan maupun pengelola usaha wisata hendaknya menerapkan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kebijakan terkait harga dan fasilitas karena mempunyai rata-rata variabel yang rendah agar mampu meningkatkan keputusan pengunjung wisatawan.
- 2) Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain, selain dari variabel yang peneliti gunakan.

Daftar Pustaka

- Berutu, Firman. 2017. *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pedagang Menyewa Kios (Study Kasus Perusahaan Daerah Pusat Pasar Sidikaling)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sumatra Utara. (Januari 2017).
- Bidang Pemasaran Pariwisata. 2018. *Laporan Data Kunjungan tahun 2017*. Tulungagung: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung.
- Gani, Ackhriansyah. A.,. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kunjungan Wisatawan Di Kota Makasar*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muslim Indonesia. Vol. 1. No. 1. (Oktober 2018)
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harahap, Sunarji. 2016. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Interaktif*. Medan : FEB UIN SU.
- Ilhamda, Z., Syahrul, A. R., & Wati. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Pantai Carorok Painan*. Fakultas Ekonomi. STKIP Sumatra Barat. Vol. 1 No. 2
- Indayati, Rahaju, E. E. ML., & Indartini, M. 2016. *Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen dalam melakukan kunjungan Wisata Madiun Ngumbul Square*. Jurnal Fakultas Ekonomi. Universitas Merdeka Madiun. Vol. 5. No. 1. (Juni 2016)
- Ismiyati. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Sendratari Ramayana Prambanan Di Prambanan*. Universitas Mercu Buana. Vol. 6 No. 1. 2016
- Isnana, Iranita & Sofia, M. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di New Marjoly Beach And Resort dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervenin*. Jurnal Program Studi Manajemen. Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang.
- Kotler, & keller. 2012. *Manajemen pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip & Amstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2014. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kopetensi*, edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Rosida, Fima. 2018. *Pengaruh Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata Di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sumatra Utara. (November 2017).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitataif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2, Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Republika.co.id. 2017. Tulungagung Mulai Fokus Kembangkan Potensi Pariwisata. <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/17/10/07/oxexvo280-tulungagung-mulai-fokus-kembangkan-potensi-pariwisata>. Diakses pada 20 Maret 2020.

Muhammad Liulin Nuha*) adalah Alumni FEB Unisma

Nur Hidayati**) adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Aleria Irma Hatneny***) adalah Dosen Tetap FEB Unisma