



**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PANTAI GEMAH DI
KABUPATEN TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**

Oleh :
Muhammad Liulin Nuha
Npm. 21601081389



UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Tahun 2020



**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PANTAI GEMAH DI
KABUPATEN TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Oleh :

Muhammad Liulin Nuha
Npm. 21601081389



Telah Disetujui Tanggal 23 Juli 2020

Dosen Pembimbing I ,

Dosen Pembimbing II,

Dr. Hj. Nur Hidayati, SE., MM

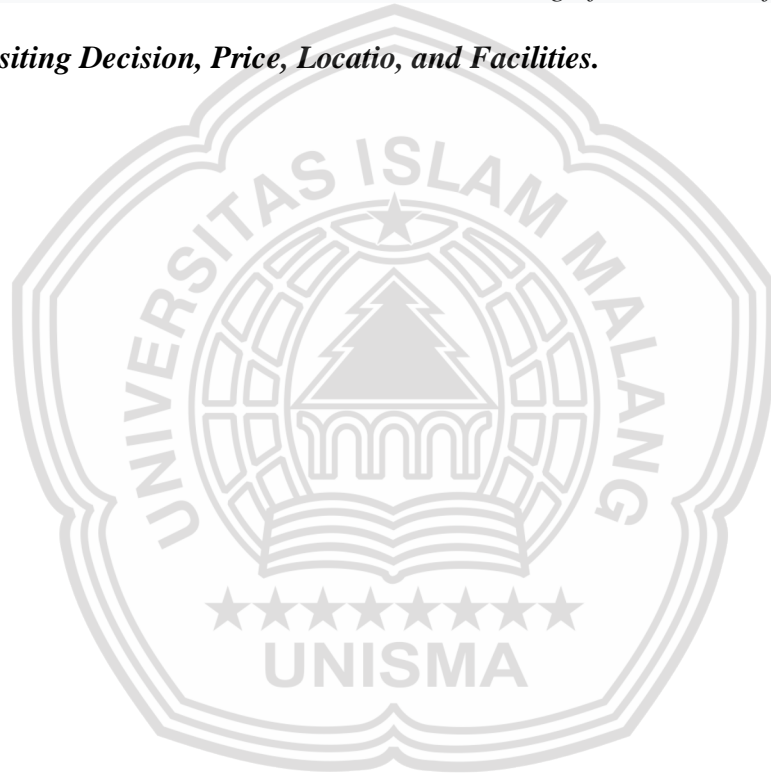
Aleria Irma Hatnety, SE., MM



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.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam dan keindahan alamnya. Keindahan alam yang terdapat di Indonesia sangat berpotensi menjadi pariwisata yang unggul apabila dikelola dengan baik akan menjadi aset daerah bahkan aset nasional. Setiap pariwisata pasti mempunyai ciri khas atau kelebihan daripada pariwisata yang lain yang membuat pengunjung ingin berkunjung ke wisata tersebut. Pariwisata alam yang terdapat di Indonesia diantaranya merupakan wisata pantai, wisata laut, wisata bawah laut, dan lain-lain.

Keindahan alam yang terdapat di Indonesia membentang dari Sabang sampai Marauke. Pegunungan, air terjun, pantai adalah suatu tempat yang dikatakan sebagai keindahan alam karena tempat tersebut dari awal sudah indah dilihat, tidak ada campur tangan manusia dalam pembuatannya. Keindahan alam yang dikelola dengan baik akan menjadi salah satu pariwisata yang bisa dinikmati oleh orang banyak dan menjadi sumber pendapatan atau pertumbuhan ekonomi dari suatu daerah.

Pariwisata di Indonesia memiliki potensi sangat besar dalam pembangunan perekonomian daerah maupun negara, karena itu perlu ada keikutsertaan pemerintah dalam mengembangkannya secara maksimal. Pembangunan dari pemerintah dalam bidang pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, karena sektor pariwisata adalah salah

satu sektor pembangunan di bidang ekonomi. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan mengamanatkan bahwa penyelenggaraan pariwisata ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan serta mendayagunakan objek dan daya tarik wisata.

Terutama pemerintah Provinsi Jawa Timur lebih memprioritaskan pengembangan dalam sektor pariwisatanya. Dimana Provinsi Jawa Timur memiliki keindahan alam yang berpotensi untuk dapat dikembangkan menjadi obyek-obyek wisata daerah, sehingga sektor pariwisata dapat dijadikan salah satu harapan dalam peningkatan pendapatan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi dibidang pariwisata semakin meningkat terutama wisata pantai dengan didukung kebijakan dan peraturan pemerintah terhadap mengelola tempat wisata tersebut.

Pariwisata pantai Jawa Timur yang paling diunggulkan adalah wisata pantai yang berada dibagian selatan yang berbatasan langsung dengan Samudra Hindia. Pantai yang berbatasan langsung dengan Samudra Hindia memiliki ciri-ciri ombak yang besar serta keindahan laut dan pantai dengan pasir yang sangat bersih. Karena itu wisata pantai selatan sangat menarik untuk dikembangkan untuk meningkatkan perekonomian daerah.

Daerah di Jawa Timur yang menjadi potensi wisata menarik untuk dikembangkan yaitu Kabupaten Tulungagung. Kabupaten Tulungagung yang

biasa dikenal dengan istilah Kota Marmer memiliki berbagai kawasan wisata yang terkenal dengan potensi yang sangat besar. Kabupaten ini juga tidak hanya memiliki potensi wisata alam berupa pantai, tetapi juga kaya dengan beragam kuliner, memiliki puluhan kesenian tradisional yang menakjubkan. Berbagai obyek wisatanya makin digemari dan menjadi tujuan wisata bagi turis lokal maupun regional. Saat ini Kabupaten Tulungagung lebih mengutamakan dalam pengembangan wisata pantai karena memiliki garis pantai sepanjang 54 kilometer dengan karakteristik yang berbeda-beda. Pemerintah Kabupaten Tulungagung mulai mengembangkan potensi pariwisata seiring terbukanya akses infrastruktur melalui Jalur Lintas Selatan ke wilayah paling selatan Provinsi Jawa Timur. Sejak Jalur Lintas Selatan mulai dibangun tumbuh ekonomi baru di Kabupaten Tulungagung. (Republika.co.id, 2017)

Salah satu pariwisata yang ada akibat adanya Jalur Lintas Selatan yaitu sebuah jalur penghubung antara beberapa wilayah di sepanjang pesisir pulau Jawa bagian selatan adalah Pantai Gemah yang merupakan obyek wisata baru yang ada di pesisir selatan Kabupaten Tulungagung. Pantai Gemah di resmikan pada tanggal 26 Desember 2016 akan tetapi pantai ini lebih dulu viral di beberapa sosial media seperti Instagram, Facebook dan lainnya lewat unggahan foto beberapa pengunjung yang pernah berkunjung di pantai tersebut. 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 di tahun 2017 yaitu sebesar 114.920 pengunjung dari 45 (Wisman) wisatawan mancanegara dan 114.875 (Wisnus) wisatawan nusantara padahal Pantai Gemah masih dikatakan baru dibuka untuk umum yaitu pada tahun 2016. Berbeda dengan Pantai Popoh, pantai yang paling banyak dikunjungi di Kabupaten Tulungagung tahun 2017 sebesar 122.485 pengunjung dari 77 (Wisman) wisatawan mancanegara dan 122.408 (Wisnus) wisatawan nusantara, yang sudah lama dibuka untuk umum dari zaman penjajahan hingga sekarang.

Karena adanya berbagai hal yang ditawarkan Pantai Gemah yang menarik untuk wisatawan berkunjung seperti harga yang relatif rendah, lokasi yang mudah dijangkau dan fasilitas yang lengkap, juga didukung dengan keindahan pasir yang berwarna coklat dan area pasir yang sangat luas sekitar satu kilometer. Pantai Gemah memiliki nuansa laut yang alami dan indah penuh dengan berbagai bentuk bebatuan karang yang unik. Karena kelebihan yang ada di pantai gemah yang mungkin tidak terdapat di pantai lain di Tulungagung akan mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung atau melakukan keputusan pembelian.

Keputusan untuk melakukan perjalanan atau berkunjung ke wisata pada dasarnya sama dengan keputusan pembelian yaitu mengeluarkan uang untuk

mendapatkan kepuasan. Keputusan pengunjung untuk datang ke tempat wisata adalah hal yang diinginkan para penyedia produk atau jasa dan pengelola tempat wisata. Menurut Kotler dan Keller (2012) keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen melewati lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu. Pilihan atau keputusan berfungsi sebagai daya tarik untuk menggerakkan seseorang melakukan suatu kegiatan tertentu yang spesifik dan juga mempunyai karakteristik pokok yaitu melakukan kegiatan yang dipilih dari keinginan sendiri.

Dalam meningkatkan keputusan konsumen besar kecil harga sangat mempengaruhi ber kunjungnya wisatawan di sebuah objek wisata. Harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Sunarji, 2016:215). Harga juga merupakan salah satu factor yang menentukan ber kunjungnya kembali wisatawan ke tempat wisata tertentu, karena harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi suatu pemicu untuk meningkatkan kinerja dari pemasaran. Harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan menjadi indikasi kualitas jasa macam apa yang akan diterima oleh konsumen. Penetapan harga sangat berperan penting dalam keputusan ber kunjung. Besar kecilnya harga mempengaruhi kualitas jasa yang akan dibeli oleh konsumen. Semakin mahal harga, semakin sedikit jumlah permintaan dan semakin

banyak kualitas atas produk jasa yang akan diberikan dan juga sebaliknya (hukum permintaan).

Harga yang maksudkan dalam objek wisata Pantai Gemah mulai dari harga makanan, tiket masuk sampai harga fasilitas wahana yang ditawarkan. Dalam penerapan harga makanan dan minuman pengelola wisata telah menstabilkan harga sesuai dengan yang ada dipasaran. Karena jika penerapan suatu harga sangat tinggi maka konsumen akan berpikir ulang dalam melakukan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan. Harga-harga tiket dan fasilitas yang ditawarkan di wisata Pantai Gemah yaitu mulai harga tiket masuk sebesar 10.000 rupiah untuk montor 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. Dari penjelasan diatas penerapan harga yang ditawarkan sesuai dengan harga pasaran, juga sesuai dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan.

Salah satu determinan yang sangat penting pada perilaku konsumen dalam mempengaruhi keputusan berkunjung konsumen adalah pemilihan lokasi. Pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat agar konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian. Seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono (2012) bahwa lokasi atau tempat yang seringkali ikut menentukan kesuksesan perusahaan, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial untuk mencari konsumen sebuah perusahaan. Jika akses dan transportasi keluar masuk ke lokasi objek wisata dapat dilalui dengan mudah

dan nyaman pasti wisatawan atau konsumen selalu ingin pergi membeli produk atau jasa yang ditawarkan, dalam artian mudah dijangkau.

Lokasi Pantai Gemah yang berada di semenanjung teluk Popoh Desa Keboireng Kecamatan Besuki yang tidak jauh dari pusat keramaian kurang lebih sembilan kilometer. Lokasinya juga yang sangat mudah diakses melalui Jalur Lintas Selatan adalah sebuah program pemerintah dimana untuk menghubungkan antara wilayah di sepanjang pesisir pulau jawa bagian selatan, dengan keadaan jalan yang sangat baik dan lebar bisa dilewati untuk kendaraan besar seperti bus, truk, mobil-mobil pribadi dan lain-lain. Disemenanjung Jalur Lintas Selatan yang dilewati menyajikan banyak keindahan-keindahan alam yang ada, kerana jalan yang melewati belahan gunung dan bukit-bukit yang sangat luas yang panjangnya sejauh tujuh kilometer. Untuk itu merupakan salah satu faktor yang akan mempengaruhi keputusan berkunjung.

Fasilitas dalam perusahaan jasa merupakan faktor yang menentukan pilihan-pilihan orang untuk berkunjung tempat wisata. Fasilitas juga merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha. Pada dasarnya fasilitas dalam perusahaan barang maupun jasa merupakan faktor yang menentukan pilihan-pilihan orang untuk berkunjung ke suatu tempat wisata. Kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan fasilitas merupakan hal sangat penting bagi wisatawan untuk melakukan keputusan pembelian. Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat

peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler dan Amstrong 2014:58).

Fasilitas objek wisata yang menarik dan sesuai dengan minat konsumen akan menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut, selain itu keamanan dan kebersihan dari fasilitas wisata juga menjadi nilai tambah untuk menarik minat konsumen untuk berkunjung. Wisatawan akan tertarik untuk mengunjungi objek wisata dengan melihat apa saja yang disediakan objek wisata tersebut.

Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung menyediakan fasilitas-fasilitas hiburan yang lengkap dibangun oleh Pokdarwis setempat yang mulai dari lokasi spot foto bagi pengunjung, penyewaan kendaraan ATV dan Motor Trail untuk mengelilingi semenanjung pantai dan tempat \pm 82 PKL (pedagang kaki lima) yang lengkap yang di jual oleh warga disekitar pantai dari jual makanan, aksesoris hingga pakaian. Terdapat juga fasilitas-fasilitas lain seperti penyewaan perahu, area jogging, area parkir, mushala, toilet dan masih banyak lagi.

Dari penjelasan diatas dapat di simpulkan bahwa minat berkunjung kembali wisatawan akan terpenuhi apabila faktor harga, lokasi dan fasilitas yang diberikan akan sesuai dengan keputusan dan keinginan para konsumen atau wisatawan yang berkunjung. Kepuasan dari wisatawan bisa terwujud apabila pengurus Pantai Gemah mulai dari masyarakat sekitar maupun pemerintah desa sampai kota mampu memberikan harga, lokasi dan fasilitas yang terbaik dan berkualitas kepada wisatawan. Para wisatawan ketika

merasa yang diinginkan sesuai yang diharapkan pasti akan melakukan keputusan kembali berkunjung dan akan merekomendasikannya kepada orang lain. Semakin terwujudnya yang mereka harapkan dan inginkan, maka semakin puas yang dirasakan oleh wisatawan.

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

1.2 Rumusan Masalah

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

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

1.3 Tujuan Penelitian

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

1.4 Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi peneliti
Diharapkan dapat menjadi informasi masukan dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama khususnya untuk ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.
 - b. Bagi pembaca
Dengan adanya penelitian ini, semoga bisa menjadi referensi untuk menambah ilmu mengenai strategi pemasaran dan bisa dijadikan kajian pustaka untuk peneliti selanjutnya.

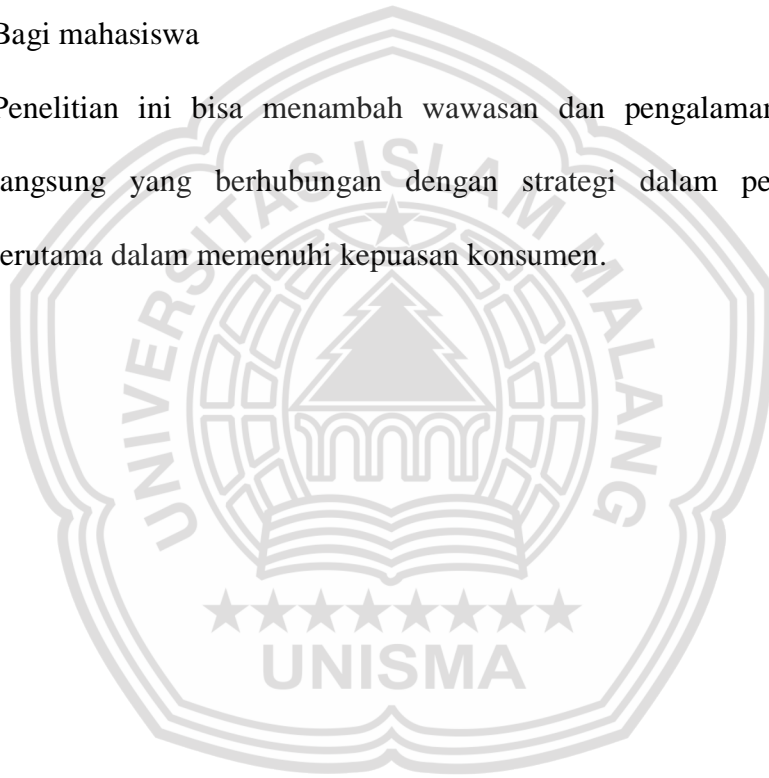
2. Manfaat Praktis

a. Bagi institusi

Dapat dijadikan masukan dan bahan koreksi bagi institusi atau perusahaan untuk meningkatkan harga dan kualitas pelayanannya kepada konsumen sehingga dapat dijadikan upaya untuk meningkatkan performanya.

b. Bagi mahasiswa

Penelitian ini bisa menambah wawasan dan pengalaman secara langsung yang berhubungan dengan strategi dalam pemasaran terutama dalam memenuhi kepuasan konsumen.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.
- b. Harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.
- c. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.
- d. Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.

5.2 Saran

Mengenai penelitian yang telah dilakukan dapat ditemukan beberapa saran yang didasarkan pada hasil temuan antara lain:

1. Kepada institusi atau perusahaan

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
 - a. Mengukur dalam keputusan berkunjung bisa menggunakan maupun menambah variabel selain dari penelitian ini.
 - b. Penggunaan mengenai teori haruslah terbaru yang dipakai.



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 & Armstrong, Gary. 2014. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, 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.