

PENGARUH HARGA DAN FASILITAS PANTAI TERHADAP DAYA TARIK PENGUNJUNG WISATA PANTAI SEJARAH

(Studi Pada Pengunjung Pantai Sejarah Kecamatan Limapuluh Pesisir)

Marwah^{1*}, Hafiza Adlina², Onan Marakali Siregar³

^{1,2,3}

Instansi Penulis Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Sumatera Utara

E-mail: ¹⁾ sofamarwa925@gmail.com, ²⁾ hafizaa18@gmail.com, ³⁾ onanmsiregar@gmail.com

Abstract

The fact that transportation to visit a region or regions is fairly simple, the various natural and aesthetic tourism opportunities in Indonesia inspire both domestic and international visitors to visit the country. In addition to its natural possibilities, Indonesia also offers tours of comparable beauty; a tourism site must have an appeal that will encourage visitors or tourists to return. This study employs 100 respondents to conduct quantitative research utilizing a purposive sampling technique. According to the findings of this study, the price variable (X1) has no significant impact on the allure of historical beachgoers. Moreover, the beach facilities variable (X2) has a positive effect on the allure of beachgoers from the past. With a R value of 0.853, the coefficient of determination test indicates that there is a strong association between pricing and amenities and the appeal of historical beach tourism. Through the corrected R square value, it is also known that the pricing and facilities factors contribute 72.2% to the visitor attraction variable, while the remaining 27.8% is influenced by variables that are not mentioned in this research.

Keywords: Beach Facilities, Price, Visitor Attractiveness

Abstrak

Fakta bahwa transportasi untuk mengunjungi suatu daerah atau daerah cukup sederhana, berbagai peluang wisata alam dan estetika di Indonesia menginspirasi pengunjung baik domestik maupun internasional untuk berkunjung ke negara tersebut. Selain kemungkinan alamnya, Indonesia juga menawarkan wisata keindahan yang sebanding; suatu tempat wisata harus memiliki daya tarik yang akan mendorong pengunjung atau wisatawan untuk kembali. Penelitian ini mempekerjakan 100 responden untuk melakukan penelitian kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel harga (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap daya pikat pengunjung pantai sejarah. Apalagi variabel fasilitas pantai (X2) memiliki pengaruh yang cukup besar dan bersamaan terhadap daya pikat pengunjung pantai dari masa lalu. Dengan nilai R sebesar 0,853, uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang agak erat antara harga dan fasilitas dengan daya tarik wisata pantai sejarah. Melalui nilai R square terkoreksi juga diketahui bahwa faktor harga dan fasilitas berkontribusi 72,2% terhadap variabel daya tarik pengunjung, sedangkan sisanya 27,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Daya Tarik Pengunjung, Fasilitas Pantai, Harga

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang ini, sektor pariwisata merupakan salah satu sumber perekonomian yang mendominasi ekonomi pada semua aspek di dunia. Sampai saat ini pariwisata merupakan sektor nomor satu yang mendorong roda ekonomi secara global pada masa peradaban *modern* saat ini. Sektor pariwisata dapat menjadi alternatif yang sesuai untuk setiap perorangan maupun berkelompok untuk beristirahat serta melepas penat atas kegiatan serta dapat mengisi waktu dan momen beserta keluarga serta kerabat. Pada saat ini, sektor pariwisata merupakan salah satu bidang yang paling besar dari berbagai kawasan negara yang maju maupun berkembang, terutama pada wilayah Indonesia sendiri.

Salah satu dari kekayaan alam yang dimiliki Indonesia berada di Kabupaten Batubara. Kabupaten Batubara merupakan kota yang ada di wilayah Sumatera Utara dengan tingkat kepadatan penduduk yang cukup tinggi. Wilayah ini kaya akan budaya, suku yang paling mendominasi pada wilayah ini adalah suku Melayu. Banyak masyarakat yang menghabiskan waktunya dengan melakukan pekerjaan sebagai nelayan, petani serta pekerjaan umum lainnya.

Pantai Sejarah memiliki nilai historis yang tinggi, tidak lepas menjadi alasan pantai ini sebagai simbol yang menjadi kebanggaan utama masyarakat Batubara yang disebabkan karena bentangan pantainya yang indah dan kesejukan pantainya yang tidak kalah dengan pantai-pantai yang ada di pulau Dewata itu. Letak Pantai Sejarah yang berlokasi di Kecamatan Limapuluh Pesisir Kabupaten Batubara pada dasarnya tidak terlalu jauh dengan wisata alam datuk, pantai Sujono, pantai Bunga, serta lokasi wisata lain. Hal ini disebabkan karena lokasinya yang ada di satu garis pantai, dengan keindahan alam yang berasal dari hamparan pasir putih yang luas, hijaunya pohon mangrove, jajaran batu karang yang digunakan sebagai alas dermaga batu, indahnya matahari tenggelam (*sunset*) serta matahari terbit (*sunrise*) ini bisa menarik perhatian siapapun yang melakukan kunjungan ke Pantai Sejarah yang ada di Kecamatan Limapuluh Pesisir Kabupaten Batubara. Selain itu, wisatawan akan disambut oleh ornamen khas Selamat Datang. Di bawah ini terdapat jumlah pengunjung selama 6 bulan kebelakang.

Tabel 1. Data Kunjungan Pantai Sejarah

Bulan	Jumlah Pengunjung
Oktober 2021	1.927
November 2021	2.751
Desember 2021	2.899
Januari 2022	3.541
Februari 2022	3.640
Maret 2022	3.666

Sumber: *DISPORA Kabupaten Batubara* (2022)

Dari data tabel diatas dapat diketahui jumlah pengunjung yang datang setiap bulannya mengalami kenaikan. Seperti pada bulan maret 2022 jumlah pengunjung ada 3.666 pengunjung. Sedangkan pada bulan oktober 2021 jumlah pengunjung mengalami penurunan yang sangat drastis yaitu hanya 1.927 pengunjung. Pihak pantai sejarah Kecamatan Limapuluh Pesisir harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik berkunjung wisatawan karena kenaikan dan penurunan jumlah wisatawan yang terlalu drastis tidak baik bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Salah satu faktor yang memberikan pengaruh meningkatnya daya tarik wisatawan untuk melakukan kunjungan ialah harga yang dikeluarkan. Harga ialah pengganti yang wajib diperoleh seseorang, saat memperoleh suatu barang yang memiliki manfaat. Harga masuk yang ditawarkan saat pengunjung memasuki wilayah Pantai Sejarah dengan keindahan alam ialah sebesar Rp5.000/orang. Untuk melihat kuantitas wisatawan di pantai sejarah di Kecamatan Limapuluh Pesisir ialah lokasi wisata yang sangat diminati oleh masyarakat sekitar. Alasan tersebut yang mendasari, pantai sejarah mempunyai tempat spot foto yang sifatnya bagus serta kualitas yang cukup tinggi, dapat berbentuk tempat foto yang terkenal selain karena nuansa berupa bentangan pohon mangrove, pemandangan pasir halus, lingkungan yang bersih serta deretan pohon mangrove dan jajaran batu karang yang menambah keindahan pantai, para pengunjung bisa menikmati berbagai sarana seperti jembatan, rumah pohon, *flying fox*, *zip bike* dan masih banyak lagi yang tentunya akan menambah keseruan liburan bersama keluarga.

Peneliti terdorong untuk melakukan penelitian di Pantai Sejarah karena memiliki nilai histori yang tinggi, tidak lepas menjadi alasan pantai ini sebagai simbol yang menjadi kebanggaan utama masyarakat Batubara yang disebabkan karena bentangan pantainya yang indah dan kesejukan pantainya yang tidak kalah dengan pantai-pantai yang ada di pulau

dewata itu. Letak Pantai Sejarah yang berlokasi di Kecamatan Limapuluh Pesisir Kabupaten Batubara pada dasarnya tidak terlalu jauh dengan wisata alam datuk, pantai sujono, pantai bunga, serta lokasi wisata lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh harga dan fasilitas pantai terhadap daya tarik pada pengunjung pantai sejarah kecamatan limapuluh pesisir. Pengaruh harga dan fasilitas pantai akan dianalisis secara parsial dan simultan terhadap daya tarik pengunjung wisata

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Indasari (2019) dalam konteks tertentu, "harga" mengacu pada nilai yang dinyatakan dalam rupiah, sedangkan dalam konteks lain, "harga" mengacu pada sejumlah uang yang dibayarkan oleh pembeli. Harga adalah jumlah total uang (mungkin di samping biaya beberapa hal lain) yang harus dibayar untuk mendapatkan beberapa kombinasi produk dan layanan terkait. Menurut Swastha (2014) istilah "harga" mengacu pada jumlah uang (ditambah produk, jika berlaku) yang diperlukan untuk membeli kombinasi barang dan jasa.

Kotler, P., & Armstrong (2018) menyatakan bahwa *"price as the amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service"* yang diartikan harga sebagai sejumlah uang yang ditentukan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertai.

Pada berbagai usaha yang dilakukan untuk menentukan nilai barang dan jasa adalah sebuah kunci yang dilakukan sebagai konsekuensi atas berbagai faktor diantaranya deregulasi (kebijakan dan aturan yang diberlakukan), Daya saing yang semakin ketat, rendah dan tingginya perkembangan perekonomian serta peluang atas usaha di tengah pasar. Harga memiliki dampak posisi dan performa keuangan dan juga berpengaruh pada pemahaman *customer* untuk menentukan kedudukan sebuah *brand*.

Menurut Kotler, P., & Armstrong (2018) menyatakan bahwa harga dapat diukur dengan menggunakan empat indikator, diantaranya:

- 1) Saat melakukan pembelian, pembeli mencari produk dan layanan yang memiliki biaya yang masuk akal dan sesuai dengan kemampuan finansial mereka. Konsumen akan berburu barang dengan biaya yang berada dalam kisaran harga mereka.

- 2) keterjangkauan dalam kaitannya dengan tingkat kualitas produk, Pelanggan sering memilih produk dengan harga lebih tinggi karena mereka dapat mengetahui bahwa ada perbedaan kualitas yang signifikan dari kedua opsi. Harga sering digunakan sebagai indikasi kualitas oleh konsumen. Orang cenderung percaya bahwa kualitas lebih baik jika harganya lebih tinggi atau lebih mahal.
- 3) Konsumen sering membandingkan biaya satu produk dengan barang serupa di pasar karena persaingan harga. Dalam skenario ini, pembeli mempertimbangkan harga tinggi dan rendah suatu produk sebelum membuat keputusan pembelian.
- 4) Kesesuaian harga dalam kaitannya dengan manfaat Orang akan membeli suatu produk jika mereka yakin produk itu akan memberi mereka keuntungan yang setidaknya sebanding dengan jumlah uang yang harus mereka keluarkan untuk itu. Jika pelanggan percaya bahwa keunggulan produk tidak cukup untuk membenarkan biaya pembeliannya, mereka akan menganggap produk itu mahal dan cenderung tidak akan membelinya di masa depan.
- 5) Pilihan konsumen mungkin dipengaruhi oleh biaya, dan jika harga tersebut tidak sesuai dengan kualitas produk atau jika mereka merasa tidak mendapatkan nilai uang mereka setelah menggunakan produk, mereka cenderung memutuskan untuk tidak membuat keputusan membeli. Di sisi lain, pelanggan akan memilih untuk melakukan pilihan pembelian jika mereka yakin harganya masuk akal.

Fasilitas

Fasilitas mencakup segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia layanan untuk digunakan dan dinikmati pelanggan dengan gagasan menawarkan tingkat kebahagiaan setinggi mungkin kepada konsumen tersebut. Yang dimaksud dengan "fasilitas" adalah segala sesuatu berupa peralatan fisik yang diberikan oleh penyedia jasa untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan (Kotler, 2018). Sedangkan Menurut Lupiyoadi (2018) sarana adalah tampilan, kemampuan sarana prasarana, dan status lingkungan sekitar dalam menunjukkan keberadaannya kepada pihak luar, yang meliputi sarana fisik (gedung), perlengkapan, dan perlengkapan. Fasilitas juga terdiri dari peralatan dan perlengkapan. Istilah "fasilitas" mengacu pada hal-hal seperti uang, barang, peralatan, dan perlengkapan selain ruang kerja.

Menurut Sumayang (2020) ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam proses penyediaan fasilitas. Berikut ini adalah beberapa indikator yang digunakan untuk mengevaluasi fasilitas:

- 1) Ketika pelanggan memanfaatkan fasilitas tersebut, kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang disediakan mewakili status fasilitas perusahaan. Fasilitas ini dilengkapi dengan kualitas yang menyertainya dan didukung oleh kebersihan dan kerapian.
- 2) Fungsi dan kondisi fasilitas yang akan disediakan adalah fasilitas yang berfungsi baik dan tidak rusak.
- 3) Kemudahan penggunaan fasilitas yang diberikan merupakan fasilitas yang sudah diketahui konsumen sehingga konsumen dapat dengan mudah memanfaatkannya. Fasilitas yang ditawarkan kepada pelanggan dengan demikian mudah digunakan oleh konsumen.
- 4) Penggunaan alat oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhan mereka merupakan kelengkapan alat yang digunakan.

Daya Tarik

Bagus & Utama (2017) daya tarik merupakan seluruh hal yang mempunyai identitas unik, hal yang berhubungan dengan hal indah, akomodasi dan nilai sebagai beragam kekayaan alam serta buatan yang sangat menarik perhatian serta mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan dan memandang.

Menurut Maryani (2019) sebagian dari indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Atraksi yang wajib terlihat (*what to see*), Hal ini memperlihatkan kondisi bahwasannya di sekitar lingkungan wajib terdapat sesuatu yang menjadi lokasi liburan atau daerah yang harus mempunyai daya tarik yang sangat luar biasa dan daya tarik sosial yang bisa digunakan sebagai media hiburan bagi para wisatawan.
- 2) Aktivitas wisata yang bisa dilaksanakan (*what to do*), Artinya di lokasi wisata, memandangi sesuatu yang menjadi perhatian karena keindahan, wisatawan juga harus diberikan sarana dan prasarana hiburan yang dapat menyebabkan wisatawan betah berlama-lama di tempat wisata.
- 3) Sesuatu yang dapat dibeli (*what to buy*), Hal ini memberikan petunjuk bahwasannya wisatawan sangat berat dalam untuk melepaskan beragam sarana untuk mendukung untuk melakukan transaksi, khususnya yang berhubungan dengan buah tangan serta

hasil tangan yang berasal masyarakat setempat yang bisa berfungsi untuk kenangan untuk kembali ke lokasi asal wisatawan.

- 4) Metode transportasi (*what to arrived*), Harus dinyatakan bahwasannya untuk mempunyai pilihan untuk melakukan kunjungan yang berhubungan dengan tujuan wisatawan, bagaimana kendaraan dimanfaatkan serta cara yang dilakukan bagaimana proses perjalanan panjang membawa wisatawan untuk melakukan kunjungan.
- 5) Tempat Tinggal (*where to stay*), Memberikan petunjuk bahwasannya wisatawan pada dasarnya hendak tinggal dalam waktu sementara selama mereka melakukan liburan. Agar memberikan bantuan yang berhubungan dengan penginapan tidak tetap bagi wisatawan yang sudah melakukan kunjungan, maka wisatawan wisata penting melakukan perencanaan penginapan, seperti hotel berbintang atau non bintang dan semacamnya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan strategi asosiatif.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Pantai Sejarah di Desa Perupuk Kecamatan Limapuluh Pesisir Kabupaten Batubara. Penelitian ini dilaksanakan pada dimulai dari Maret sampai April 2022.

Subjek dan Objek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah mengunjungi pantai di Kabupaten Limapuluh Pesisir. Karena jumlah wisatawan pantai sejarah di Kabupaten Limapuluh Pesisir belum pernah diperkirakan, jumlah penduduk secara keseluruhan tidak dapat ditentukan secara pasti. Secara keseluruhan akan ada 96 orang yang dijadikan sebagai responden untuk keperluan pengumpulan data penelitian ini. Namun, peneliti memutuskan untuk mengumpulkan hingga total 100 balasan sehingga prosedur penghitungannya lebih sederhana.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data primer dan pengumpulan data sekunder. Data primer yaitu penyebaran kuesioner melalui kuesioner yang akan diberikan langsung kepada pengunjung di pantai sejarah Kecamatan

Limapuluh Pesisir. Data Sekunder yaitu penelitian-penelitian terdahulu, sumber informasi dari internet dan studi kepustakaan.

Teknik Analisis Data

a) Uji Instrumen

Kepraktisan instrumen dalam hal dapat digunakan atau tidaknya instrumen dalam penelitian dinilai dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Kedua tes ini dilakukan sebagai bagian dari tes instrumen.

b) Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas merupakan tiga komponen uji asumsi klasik. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi. Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya interkorelasi antar variabel yang dianggap independen. Karena analisis regresi linier berganda digunakan untuk melakukan pengujian, hasil pengujian akan berdampak pada variabel yang sedang dipelajari. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah varians residual absolut sama di semua pengamatan atau tidak.

c) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menyelidiki sifat hubungan yang ada antara satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas.

d) Uji Hipotesis

Uji signifikansi parsial (uji t), uji signifikansi simultan (uji f), dan uji koefisien determinasi digunakan dalam proses evaluasi hipotesis (R^2). Uji T digunakan dalam proses menentukan apakah suatu variabel bebas tertentu mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap variabel terikat, selain untuk menentukan apakah pengaruh masing-masing variabel bebas itu signifikan atau tidak. Uji F dilakukan untuk menilai pengaruh keseluruhan variabel terhadap variabel dependen. Selain itu, pengujian dilakukan untuk menentukan apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Kapasitas model untuk menjelaskan variabel independen atau prediktor diukur dengan sesuatu yang disebut koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

- a) Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Nama Variabel	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Harga	1	0,646	0,196	Valid
	2	0,714	0,196	Valid
	3	0,784	0,196	Valid
	4	0,771	0,196	Valid
	5	0,802	0,196	Valid
	6	0,819	0,196	Valid
Fasilitas Pantai	1	0,811	0,196	Valid
	2	0,649	0,196	Valid
	3	0,747	0,196	Valid
	4	0,717	0,196	Valid
	5	0,681	0,196	Valid
	6	0,571	0,196	Valid
	7	0,747	0,196	Valid
	8	0,746	0,196	Valid
Daya Tarik Pengunjung	1	0,770	0,196	Valid
	2	0,778	0,196	Valid
	3	0,779	0,196	Valid
	4	0,680	0,196	Valid
	5	0,749	0,196	Valid
	6	0,777	0,196	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Tabel 2 menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara setiap item dengan skor keseluruhan untuk masing-masing dari 6 pernyataan untuk variabel X1, 8 pernyataan untuk variabel X2, dan 6 pernyataan untuk variabel Y, yang kesemuanya menghasilkan nilai rhitung yang lebih besar dari nilai rtabel. Akibatnya, item umum dari pernyataan variabel penelitian dapat dianggap sah.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga	0,850	Reliabel
Fasilitas Pantai	0,858	Reliabel
Daya Tarik Pengunjung	0,850	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Hasil yang ditunjukkan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel lebih tinggi dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini dapat dikatakan dapat dipercaya, yang menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang reliabel.

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.520	1.352		1.124	.264
	Harga	.090	.087	.090	1.039	.301
	Fasilitas Pantai	.643	.072	.780	8.993	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah diuraikan sebelumnya, model analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = 1,520 + 0,90X_1 + 0,64X_2$$

1. Koefisien konstanta sebesar 1,520 yang berarti jika variabel independen Harga (X_1) dan Fasilitas Pantai (X_2) nilai adalah nol, maka nilai Daya Tarik Pengunjung akan tetap sebesar 1,520.
2. Koefisien regresi Harga (X_1) sebesar 1,520 yang berarti setiap kenaikan variabel X_1 sebesar satu satuan, maka Daya Tarik Pengunjung (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,090. Nilai variabel Harga (X_1) terhadap variabel Daya Tarik Pengunjung (Y) bernilai positif, artinya semakin tinggi nilai variabel X_2 , maka semakin tinggi pula nilai variabel Y .
3. Koefisien regresi untuk variabel Fasilitas Pantai (X_2) sebesar 0,643 yang berarti setiap kenaikan variabel X_2 setiap satu satuan, maka variabel Daya Tarik (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,643. Nilai variabel X_2 terhadap variabel Y bernilai positif, artinya semakin tinggi nilai variabel X_2 maka semakin tinggi pula nilai variabel Y .

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji T)

<i>Coefficients</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.520	1.352		1.124	.264
	Harga	.090	.087	.090	1.039	.301
	Fasilitas Pantai	.643	.072	.780	8.993	.000
A. Dependent Variable: Daya Tarik Pengunjung						

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berikut ini dapat disimpulkan dari temuan uji t, yang ditunjukkan pada tabel 5 sebagai berikut:

- 1) Hasil pengujian program *Software Statistics* untuk variabel Harga (X_1) terhadap Daya Tarik Pengunjung (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,039. Nilai t_{hitung} ini lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu 1,984 (1.039 < 1.984), dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,301 > 0,05), dan koefisien regresi positif sebesar 0,090. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang dikenal sebagai harga (X_1) tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap daya tarik situs bagi pengunjung (Y). Berdasarkan temuan ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_{a1} harus diabaikan sedangkan H_{01} harus dianggap baik.
- 2) Hasil pengujian yang dilakukan dengan program *Software Statistics* menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Fasilitas Pantai (X_2) adalah sebesar 8,993 yang menunjukkan lebih tinggi dari nilai t_{tabel} sebesar 1,984 (8,993 > 1,984), dan nilai signifikansinya adalah lebih rendah dari 0,05 (0,000 < 0,05). Selain itu, koefisien regresi positif sebesar 0,643. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Fasilitas Pantai (X_2) memang memiliki pengaruh yang besar terhadap daya tarik destinasi bagi wisatawan (Y). Sebagai konsekuensi dari temuan ini, orang mungkin menarik kesimpulan bahwa H_{a2} dapat diterima.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		<i>Sum of Squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	1053.949	2	526.975	129.379	.000 ^b
	<i>Residual</i>	395.091	97	4.073		
	<i>Total</i>	1449.040	99			
A. <i>Dependent Variable:</i> Daya Tarik Pengunjung						
B. <i>Predictors:</i> (Constant), Fasilitas Pantai, Harga						

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Pengolahan data menunjukkan pada tabel 6 bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh adalah 129,379; hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih tinggi dari nilai F_{tabel} , seperti yang ditunjukkan oleh ekspresi $129,379 > 3,09$ atau dengan menggunakan nilai sig sebagai dasar perbandingan. yaitu $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian, faktor independen yaitu Harga (X1) dan Fasilitas Pantai (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Daya Tarik Pengunjung. Hal ini dapat disimpulkan dari fakta bahwa kedua efek terjadi pada waktu yang sama (Y).

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

<i>Model Summary^b</i>				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.853 ^a	.727	.722	2.018
A. <i>Predictors:</i> (Constant), Fasilitas Pantai, Harga				
B. <i>Dependent Variable:</i> Daya Tarik Pengunjung				

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Hasil pengolahan data ditunjukkan pada tabel 7, dan dijelaskan nilai R sebesar 0,853. Nilai koefisien ini menunjukkan hubungan antara Harga dan Fasilitas Pantai terhadap Daya Tarik Pengunjung, dan merupakan hubungan yang cukup erat. Hal ini penting karena nilai R harus sedekat mungkin dengan satu, karena ini menunjukkan bahwa model digunakan secara efektif. Nilai Adjusted R Square yang disebut juga dengan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Harga dan Fasilitas Pantai dapat menjelaskan 72,2% variabel Daya Tarik Pengunjung. Sedangkan sisanya sebesar 27,8% dipengaruhi oleh variabel lain

seperti daya tarik wisata, motivasi wisatawan, aksesibilitas, dan variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Daya Tarik Pengunjung

Berdasarkan 3 indikator tersebut diperoleh sebanyak 6 item pernyataan Indikator yang paling berpengaruh dalam penelitian ini adalah indikator keterjangkauan harga jawaban responden tentang pantai ini bahwa pengunjung puas dengan harga tiket yang murah pengunjung bisa melihat pemandangan yang ada didalam pantai sejarah dengan persentase sangat setuju sebesar 50% dan dapat dijangkau semua kalangan pengunjung dengan persentase sebesar 40%.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa pengaruh Harga terhadap Daya Tarik Pengunjung memiliki nilai thitung sebesar 1,039. Artinya nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu 1,984 ($1,039 < 1,984$) Selain itu tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,301 > 0,05$). dan nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,09 Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap daya tarik situs kepada pengunjung (Y). Berdasarkan temuan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh mengarah pada kesimpulan bahwa harga tidak memainkan peran utama dalam menentukan sejauh mana wisata pantai sejarah di Kabupaten Limapuluh Pesisir menarik wisatawan.

Temuan dari penelitian ini adalah karena harga yang diberikan oleh pantai sesuai dengan tarif yang diharapkan wisatawan untuk membayar, yang berarti bahwa pengunjung tidak terlalu memikirkan saat merencanakan perjalanan selanjutnya ke pantai. Hal ini terlihat dari sebaran jawaban yang diberikan oleh responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa harga yang ditawarkan oleh pantai bersejarah di Kabupaten Limapuluh Pesisir dapat dijangkau oleh setiap pengunjung karena harganya yang murah namun memiliki keindahan alam yang baik. Menurut temuan penelitian ini hipotesis Wardani (2020) bahwa harga parsial di Pantai Bali Lestari memiliki pengaruh yang menguntungkan dan substansial terhadap pengambilan keputusan tentang kunjungan pantai adalah tidak benar.

Pengaruh Fasilitas Pantai Terhadap Daya Tarik Pengunjung

Berdasarkan 3 indikator tersebut diperoleh sebanyak 8 item pernyataan. Indikator yang paling berpengaruh dalam penelitian ini adalah kondisi dan fungsi fasilitas dengan jawaban responden tentang fasilitas dan wahana masih berfungsi dan sudah diperbaiki dengan baik di pantai sejarah dengan persentase yang menyatakan setuju sebesar 61,% dan kondisi fasilitas dan wahana baik dengan jawaban responden dengan persentase setuju sebesar 42%.

Keragaman fasilitas pantai terbukti memiliki pengaruh yang cukup besar, menurut penelitian ini, terhadap daya tarik pantai bagi pengunjung. Hasil uji t yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel, yaitu $8,993 > 1,984$ dengan taraf signifikansi $0,000 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas pantai berpengaruh secara parsial terhadap daya tarik pengunjung dan menjelaskan mengapa tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan temuan ini, tampaknya H_{a2} dapat diterima. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh mengarah pada kesimpulan bahwa fasilitas pantai berpengaruh terhadap daya pikat wisata pantai sejarah bagi masyarakat di Kabupaten Limapuluh Pesisir. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Manalu (2021) yang menemukan bahwa variabel kepuasan wisatawan di Pantai Pandan dipengaruhi secara signifikan oleh variabel fasilitas pelayanan.

Pengaruh Harga dan Fasilitas Pantai Secara Simultan Terhadap Daya Tarik Pengunjung

Dapat dilihat pada hasil uji simultan (uji F) dan uji koefisien determinasi bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga dan fasilitas pantai secara bersama-sama mempengaruhi variabel daya tarik pengunjung. Hal ini terlihat pada hasil uji simultan (R^2). Karena hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa harga dan fasilitas pantai terhadap daya tarik pengunjung menunjukkan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($129.379 > 3,09$) dengan taraf signifikansi 0,000 (Sig. 0,05), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Harga dan Fasilitas Pantai berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Daya Tarik Pengunjung Pantai Bersejarah di Kabupaten Limapuluh Pesisir.

KESIMPULAN

Berikut adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini, yang didasarkan pada temuan penelitian dan pembahasan:

- 1) Variabel harga (X_1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap daya tarik pengunjung (Y). Maka variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap daya tarik pengunjung di Kecamatan Limapuluh Pesisir. Hasil dari uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih kecil daripada t_{tabel} ($1,039 < 1,984$) dan dengan nilai signifikansi sebesar ($0,303 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima.
- 2) Variabel fasilitas pantai (X_2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap daya tarik pengunjung (Y). Hal ini membuktikan bahwa fasilitas pantai mempengaruhi positif terhadap daya tarik pengunjung. Hasil dari uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa diperoleh nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,039 < 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar $0,301 > 0,05$ (lebih besar dari pada $0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.
- 3) Variabel harga (X_1) dan fasilitas pantai (X_2) berpengaruh secara sama-sama (simultan) terhadap daya tarik pengunjung (Y). Hal ini dapat disimpulkan melalui uji simultan (uji F) bahwa hasil harga dan fasilitas pantai terhadap daya tarik pengunjung menunjukkan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($129.379 > 3,09$) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000$ (Sig. $< 0,05$). Uji koefisien determinasi yang dilakukan juga menunjukkan nilai *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa variabel harga dan fasilitas pantai dapat menjelaskan variabel daya tarik

Selain itu, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Diharapkan pihak pengelola tidak meminta lagi kepada pengunjung ketika memainkan wahana. Solusinya pihak pengelola pantai harus meningkatkan harga tiket masuk sebesar Rp10000 – Rp15000 untuk menambahkan fasilitas-fasilitas pendukung seperti musholah, kamar mandi yang layak dan tempat duduk di seluruh pinggiran pantai.
- 2) Pihak pengelola pantai ada baiknya harus menyediakan fasilitas tempat sampah di setiap sudut dan menambahkan kamar mandi agar pengunjung tidak mengantri saat

mau ke kamar mandi. Pengelola harus menambahkan fasilitas dan wahana yang terbaru seperti foto shoot, panggung hiburan supaya pengunjung tidak bosan dalam berwisata.

- 3) Pihak pengelola pantai harus menciptakan inovasi-inovasi atau keunikan yang terbaru untuk menarik daya tarik pengunjung seperti membuat event-event yang menarik dan pengunjung dapat mempromosikan dalam sosial media.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus, I. G., & Utama, R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Indasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, 17th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. (2018). *Marketing Management, 18th Edition*. Pearson Prentice Hall Published.
- Lupiyoadi, Rambat, Hamdani, A. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Manalu, L. I. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah*.
- Maryani, E. (2019). *Objek dan daya tarik wisata*.
- Sumayang, L. (2020). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Salemba Empat.
- Swastha, B. dan T. H. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Penerbit BPFE.
- Wardani, S. (2020). *Pengaruh Harga dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung pada Pantai Bali Lestari Kabupaten Serdang Bedagai (Studi pada Pengunjung Pantai Bali Lestari di Kabupaten Serdang Bedagai)*.