

Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Menganti Kebumen.



UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

JIMMBA

Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi

Homepage: <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA PANTAI MENGANTI \ KEBUMEN

Mohamad Ikhlasul Amal

185503303

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

KEBUMEN

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tourist attraction, facilities, and service quality on the decision to visit Menganti beach in Kebumen. The sample data taken in this study were visitors to Menganti beach in Kebumen, totaling 100 people. The results of the analysis prove that the first hypothesis which reads that tourist attraction partially has a positive and significant influence on visiting decisions. The results of the analysis prove that the second hypothesis which reads that the facilities partially have a positive and significant influence on the decision to visit. The results of the analysis prove that the third hypothesis which reads that service quality partially has a significant positive influence on visiting decisions. The results of the analysis prove that the fourth hypothesis which reads tourist attraction, facilities, and service quality simultaneously has a significant positive influence on visiting decisions.

Keywords: Tourist Attraction, Facilities, Quality of Service, and Visiting Decisions

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian minyak goreng merek Sunco di Kebumen. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu konsumen pada Toserba Jadi Baru Kebumen yang berjumlah 100 orang. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis pertama yang berbunyi kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis ke dua yang berbunyi citra merek secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis ketiga yang berbunyi persepsi harga secara parsial mempunyai pengaruh yang positif

signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis keempat yang berbunyi kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga secara simultan mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian

Latar Belakang Masalah

pemerintah menerapkan Harga Nama Menganti konon berasal dari kata menanti atau penantian. Zaman dahulu dikisahkan ada Panglima perang Majapahit yang melarikan diri ke pesisir selatan Jawa, karena hubungannya dengan pujaan hati tidak direstui oleh sang Raja. Berdasarkan cerita rakyat, pantai Menganti konon pernah menjadi tempat melarikan diri oleh seorang panglima perang Majapahit karena hubungan dengan kekasihnya tidak direstui oleh orangtuanya. Pasangan itu kemudian berjanji untuk bertemu di tepi samudera berpasir putih. Meskipun sepanjang hari sang panglima terus menunggu kekasihnya di atas bukit, sang pujaan hati tak juga kunjung datang. Fenomena keindahan alam pada pantai menganti Kebumen merupakan salah satu fenomena yang mampu meningkatkan keputusan berkunjung pada wisata pantai laut Menganti.

Sebagai destinasi wisata, pantai ini tergolong masih baru yaitu dibuka pada awal tahun 2011. Sebelumnya pantai ini hanya menjadi tempat pendaratan perahu nelayan. Setelah resmi dibuka sebagai tempat objek wisata, banyak yang berkunjung baik dari lokal, luar Kebumen, maupun orang dari Kewarganegaraan asing. Indonesia mengalami pandemi Covid yang berdampak pada penutupan

tempat-tempat wisata, salah satunya yang terdampak pandemi Covid yaitu pantai Menganti Kebumen. Manajemen pengelola pantai Menganti harus mampu memulihkan ekonomi dengan cara meningkatkan jumlah pengunjung pada pantai Menganti Kebumen. Berikut ini adalah data pengunjung pada Pantai Menganti Kebumen sebelum dan sesudah masa Pandemi Covid.

Fenomena keputusan berkunjung pada pantai Menganti tahun 2022 menurun drastis dari tahun sebelum mengalami masa Pandemi Covid. Permasalahan tersebut perlu diteliti untuk meningkatkan keputusan berkunjung pada pantai Menganti. Selain fenomena tersebut, persaingan dalam pengelolaan Pantai di Wilayah Kebumen juga semakin ketat. Setiap daerah selalu ingin mendapat pemasukan dengan cara memanfaatkan wisata alam yang dimiliki. Hal ini dapat dilihat dari fenomena beberapa daerah yang memiliki wisata alam pantai seperti pantai Bocor, Pantai Petanahan, dan masih banyak lagi daerah-daerah yang memanfaatkan fenomena wisata Pantai.

Berdasarkan observasi pernyataan konsumen secara terbuka menunjukkan prosentase tertinggi yaitu daya tarik tempat wisata dengan jumlah 12 konsumen dan prosentase 34%. Artinya konsumen

memutuskan berkunjung pada pantai Menganti karena daya tarik tempat wisata sebesar 34%. Prosentase tertinggi kedua yaitu fasilitas dengan jumlah 11 konsumen dan prosentase sebesar 31%. Artinya konsumen memutuskan berkunjung pada pantai Menganti karena fasilitas sebesar 31%. Prosentase ketiga kualitas pelayanan dengan jumlah 9 konsumen dan prosentase sebesar 26%. Artinya konsumen memutuskan berkunjung pada pantai Menganti karena kualitas pelayanan sebesar 26%. Prosentase keempat *word of mouth* dengan jumlah 2 konsumen dan prosentase sebesar 6%. Artinya konsumen memutuskan berkunjung pada pantai Menganti karena *word of mouth* sebesar 6%. Prosentase paling kecil yaitu lokasi dengan 1 konsumen dan prosentase 3%. Artinya konsumen memutuskan berkunjung pada pantai Menganti karena lokasi sebesar 3%. Berdasarkan hasil observasi, maka peneliti tertarik untuk mengambil variabel penelitian mengenai faktor yang diduga mempengaruhi keputusan berkunjung pada pantai Menganti. Salah satu faktor yang diduga mempengaruhi keputusan berkunjung pada pantai Menganti yaitu daya tarik tempat wisata pantai Menganti.

Berdasarkan fenomena latar belakang diatas dan diperkuat oleh penelitian sebelumnya maka penelitian ini tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Menganti Kebumen”**.

Kajian Teori

Keputusan Berkunjung

Menurut Tjiptono (2012: 193), keputusan pembelian sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan keputusan berkunjung atau pembelian suatu produk.

Keputusan pembelian dalam penelitian ini dibatasi pada indikator yang dikemukakan oleh Tjiptono (2012: 184), yaitu:

- a. Kemantapan pada suatu barang atau jasa
- b. Kebiasaan dalam pembelian barang atau jasa.
- c. Merekomendasikan kepada orang lain.
- d. Melakukan pembelian berulang

Daya Tarik Wisata

Menurut Utama (2016: 142), daya tarik wisata adalah segala sesuatu disuatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan. Menurut Utama (2016: 144), daya tarik wisata dibatasi pada indikator antara lain:

- a. Daya tarik yang dapat disaksikan (*What to see*).
- b. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (*What to do*)
- c. Sesuatu yang dapat dibeli (*What to buy*)
- d. Alat transportasi (*What to arrived*).
- e. Penginapan (*Where to stay*).

Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Menganti Kebumen.

Fasilitas

Menurut Utama (2016: 137-138), menyatakan bahwa fasilitas wisata merupakan semua fasilitas utama maupun dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para wisatawan.

Menurut Tjiptono (2015: 44), fasilitas dibatasi pada indikator:

- Kelengkapan, kebersihan, dan kerapihan fasilitas yang ditawarkan.
- Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan
- Kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan
- Kelengkapan alat yang digunakan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016: 59), mengemukakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Aktivitas, manfaat maupun kepuasan merupakan bentuk pelayanan yang pada dasarnya tidak berwujud.

Menurut Fandy Tjiptono (2016: 284), terdapat lima indikator dalam kualitas pelayanan yaitu:

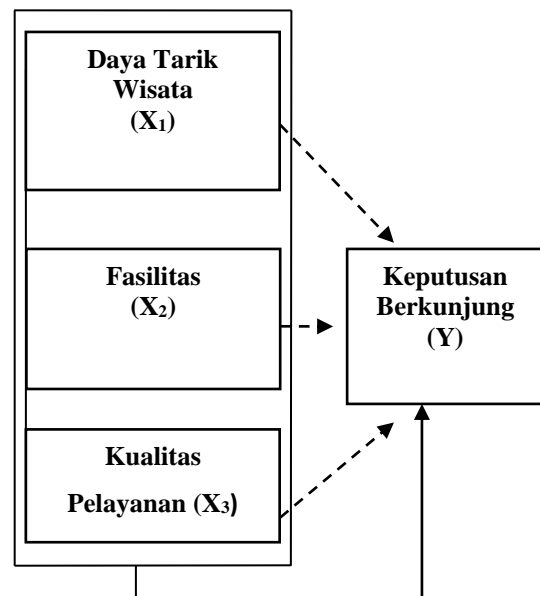
- Reliabilitas (*reliability*).
- Daya Tanggap (*Responsiveness*).
- Jaminan (*Assurance*).
- Empati (*Empathy*).
- Bukti Fisik (*Tangible*)

Model Empiris

Berdasarkan pada tinjauan pustaka yang telah di uraikan di atas

mengenai variabel Daya Tarik Wisata (X1), Fasilitas (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y), maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar II-1
Model Empiris



Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pada penelitian ini :

- H1 : Diduga Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Pantai Menganti diKebumen.
- H2 : Diduga Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Pantai Menganti diKebumen.
- H3 : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan

Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Menganti Kebumen.

Berkunjung pada Pantai Menganti diKebumen.

H4 : Diduga Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Pantai Menganti diKebumen.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014: 115), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, yang akan menjadi populasinya pengunjung pada Pantai Menganti di Kebumen yang jumlah populasinya tidak terbatas.

Menurut Sugiyono (2014: 116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Pada penelitian ini, yang dijadikan sampel responden yaitu konsumen yang berkunjung pada Pantai Menganti di Kebumen dengan jumlah 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dimaksud untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan dan akurat melalui :

- a. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.
- b. Kuesioner yaitu dengan membuat sejumlah daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan diajukan kepada responden. Jawaban setiap item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, Sugiyono (2008: 143).
 1. Sangat Setuju skor = 4
 2. Setuju skor = 3
 3. Tidak Setuju skor = 2
 4. Sangat Tidak Setuju skor = 1
- c. Studi Pustaka, yaitu dengan mengambil teori-teori yang ada pada literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Dalam perhitungan pengolahan data regresi linier berganda analisis jalur peneliti mempergunakan alat bantu yang berupa program aplikasi komputer yaitu *SPSS for windows* versi 25

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

- a. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar $3,331 > t$ tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ hal ini berarti variabel

Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Menganti Kebumen.

daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, maka dapat disimpulkan hipotesis 1 dapat diterima.

- b. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung
Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar $4,423 > t$ tabel $1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ hal ini berarti variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, maka dapat disimpulkan hipotesis 2 dapat diterima.
- c. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung
Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar $2,166 > t$ tabel $1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,033 < 0,05$ ini berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, maka dapat disimpulkan hipotesis 3 dapat diterima.
- d. Berdasarkan tabel IV-14 diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $16,569$ dengan nilai signifikan $0,000$ karena nilai F_{hitung} sebesar $16,569 > F_{tabel}$ $2,70$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa bahwa variabel daya tarik wisata, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan keputusan berkunjung secara simultan. Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 dapat diterima.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap Keputusan Pembelian. Pembahasan yang lebih lanjut dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan analisis untuk variabel daya tarik wisata pantai Menganti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada pantai Menganti, karena nilai t_{hitung} sebesar $3,331 > t$ tabel $1,984$. Besarnya pengaruh daya tarik wisata pantai Menganti terhadap keputusan berkunjung pada pantai Menganti di Kebumen yaitu $0,174$ atau $17,4\%$, artinya bahwa peran daya tarik wisata pantai Menganti mempengaruhi tingkat keputusan berkunjung pada pantai Menganti di Kebumen. Variabel daya tarik wisata pantai Menganti merupakan faktor penting untuk meningkatkan keputusan berkunjung pada pantai Menganti di Kebumen, karena daya tarik wisata merupakan segala sesuatu di pantai Menganti yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan.

Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Menganti Kebumen.

Pantai Menganti memiliki daya tarik yang indah dengan pemandangan yang ditawarkan sangat mempesona sehingga membuat takjub dengan hamparan laut dan bukit yang menghijau selain memiliki daya tarik yang indah, di pantai menganti para pengunjung juga bisa melakukan aktivitas seperti bermain dengan anak-anak menggunakan pasir pantai yang berwarna putih dan sangat lembut jika dipegang atau melakukan aktivitas seperti berjemur di pasir putih yang lembut. Daya tarik yang ada di pantai Menganti Kebumen mempengaruhi keputusan berkunjung pada pantai Menganti di Kebumen.

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan analisis untuk variabel fasilitas yang ada di pantai Menganti Kebumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada pantai Menganti di Kebumen, karena nilai t_{hitung} sebesar $4,423 > t$ tabel $1,984$. Besarnya pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung pada pantai Menganti yaitu $0,381$ atau $38,1\%$, artinya bahwa peran fasilitas yang ada di pantai Menganti Kebumen mempengaruhi tingkat keputusan berkunjung pada pantai Menganti di Kebumen. Variabel fasilitas merupakan faktor penting untuk meningkatkan keputusan berkunjung, karena fasilitas merupakan wisata merupakan semua fasilitas utama maupun

dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para wisatawan.

Pantai Menganti di Kebumen memiliki fasilitas yang bersih, rapi, berfungsi dengan baik seperti musholla, area parkir yang memadai, warung, kios penjualan makanan, bahkan di pantai Menganti juga menyediakan fasilitas tempat penginapan seperti villa dan homestay. Para wisatawan dapat menginap di beberapa *homestay* yang tersedia di kawasan lembah ini.

Penginapan dengan *view* pantai yang memberi rasa nyaman bagi semua yang memandang. Fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola pantai Menganti merupakan faktor yang mampu mempengaruhi tingkat keputusan berkunjung pada pantai Menganti Kebumen.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan analisis untuk variabel kualitas pelayanan pengelolaan pantai Menganti Kebumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada pantai Menganti di Kebumen, karena nilai t_{hitung} sebesar $2,166 > t$ tabel $1,984$. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung pada pantai Menganti di

Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Menganti Kebumen.

Kebumen yaitu 0,192 atau 19,2%, artinya bahwa peran kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat keputusan berkunjung pada pantai Menganti di Kebumen. Variabel kualitas pelayanan merupakan faktor penting untuk meningkatkan keputusan berkunjung pada pantai Menganti, karena tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan pengelola pantai Menganti kepada pengunjung, maka semakin tinggi tingkat keputusan pada pantai Menganti di Kebumen. Kualitas pelayanan yang baik dari pengelolaan pantai Menganti yaitu salah satunya jika pengunjung masuk area pantai menganti, pengunjung akan di jemput dengan menggunakan mobil untuk diantarkan sesuai permintaan pengunjung untuk menikmati suasana di pantai Menganti. Selain itu setiap karyawan juga memahami sejarah dari pantai Menganti, struktur dari keindahan pantai menganti, sehingga jika pengunjung bertanya mengenai pantai Menganti, karyawan mampu melayani dengan menjawab pertanyaan dari pengunjung.

4. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 16,569 dengan nilai signifikan 0,000 karena nilai F_{hitung} sebesar $16,569 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa bahwa variabel daya tarik wisata, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan keputusan berkunjung secara simultan.

5. Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil penelitian, nilai koefisien determinasi R Square diperoleh 0,321 artinya 32,1% keputusan berkunjung di pengaruhi oleh variabel daya tari wisata, fasilitas, dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 67,9% (100%-32,1%) disebabkan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil peneitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata pantai Menganti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada pantai Menganti di Kebumen, maka dapat disimpulkan variabel daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan

Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Menganti Kebumen.

berkunjung, maka dapat disimpulkan hipotesis 1 dapat diterima.

2. Fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada pantai Menganti di Kebumen, maka dapat disimpulkan variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, maka dapat disimpulkan hipotesis 2 dapat diterima.
3. Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada pantai Menganti di Kebumen, maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, maka dapat disimpulkan hipotesis 3 dapat diterima.
4. Daya tarik wisata, fasilitas, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama – sama terhadap keputusan berkunjung pada pantai Menganti di Kebumen, maka dapat disimpulkan bahwa bahwa variabel daya tarik wisata, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan keputusan berkunjung secara simultan. Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 dapat diterima.

Saran

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai

masukan atau saran yaitu sebagai berikut:

1. Implikasi praktis bagi manajemen pengelolaan pantai Menganti Kebumen mengenai daya tarik wisata yaitu untuk menjaga, melestarikan penghijauan pada bukit-bukit yang ada pada pantai menganti, meningkatkan keamanan dari setiap pengunjung yang menikmati pemandangan pada pantai Menganti agar pengunjung merasa nyaman dan aman saat berkunjung dan menikmati keindahan pemandangan pantai Menganti. Selain hal tersebut upaya yang seharusnya dilakukan oleh Manajmene pengelolaan Pantai Menganti untuk meningkatkan daya tarik Pantai Menganti terhadap keputusan berkunjung yaitu dengan cara aktif untuk melakukan promosi melalui media sosial. Saat ini banyak tempat wisata yang sedang ngehits dikarenakan tempatnya begitu instagram.
2. implikasi praktis bagi manajemen pengelolaan pantai Menganti Kebumen mengenai fasilitas yaitu untuk menjaga kebersihan dan fungsi fasilitas yang disediakan pada pantai Menganti seperti kebersihan pada mushola, toilet, area bermain pantai, area *home stay* yang disediakan, penginapan yang bersih, tempat parkir yang rapi, serta meningkatkan keamanan bagi setiap pengunjung yang menikmati fasilitas yang disediakan pada pantai Menganti. Selain hal tersebut upaya yang

Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Menganti Kebumen.

seharusnya dilakukan pengelola Pantai Menganti agar menambah jumlah gazebo atau *Home Stay*, karena pada saat hari liburan gazebo atau *Home Stay* sering penuh di tempati para pengunjung sehingga perlu di tambahkan jumlahnya agar setiap pengunjung bisa menikmati fasilitas tersebut.

3. Implikasi praktis bagi manajemen pengelolaan pantai Menganti Kebumen mengenai kualitas pelayanan yaitu memberikan pelayanan yang lebih optimal dalam kesopanan santunan setiap karyawan menyampaikan petunjuk, kerapian karyawan dalam berpakaian, setiap karyawan pengelola pantai Menganti diharapkan mengenakan seragam agar pengunjung bisa membedakan karyawan pengelola atau pengunjung, diharapkan setiap karyawan pengelolaan pantai Menganti mengetahui, memahami sejarah dan tempat-tempat yang memiliki daya tarik paling tinggi pada pantai Menganti. Selain hal tersebut upaya yang seharusnya dilakukan pihak pengelola Pantai Menganti perlu meningkatkan keamanan yang perlu ditingkatkan dari pengelola Pantai Menganti, karena hampir setiap tahun khususnya saat libur lebaran pantai di Kebumen memakan korban jiwa sehingga saat liburan pantai di Kebumen dijaga polisi dan patroli rutin.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayu Listianingrum. 2019. Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal. Skripsi Universitas Pancasakti Tegal.
- Bagus Rai Utama I Gusti. 2016. *Pengantar Industri Pariwisata*, Deepublish, Yogyakarta.
- Fajar Laksana. 2010. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 2012, *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- _____. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Fima Rosida. 2018. Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat. Skripsi Universitas Negeri Islam Sumatera Utara.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.

- Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Menganti Kebumen.
- Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ilhamda Zukra. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Berkunjung pada pantai Cororok Painan. Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat.*
- Isdarmanto. 2017. *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata.* Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo.
- Keller, Kevin. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition* Harlow, English : Pearson Education Inc
- Kotler. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.* Jakarta: PT. Indeks. Kotler dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran.* Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2012. *Principles of Marketing edition.* Pearson Education Inc
- _____. 2014. *Principle of Marketing, 15th edition.* New Jersey : Pearson Prentice Hall
- _____. 2013. *Marketing Management edition.* Pearson Education Inc
- Lovelock & Wirtz. 2014. *Pemasaran Jasa. Edisi 7.* Jakarta: Erlangga
- Nurlestari. 2016. *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor.* Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor.
- Schiffman, Kanuk. 2014. *Consumer Behaviour.* London: Pearson
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta
- _____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta