

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah, dan budaya suatu etnik tertentu. di Indonesia ada berbagai jenis tempat wisata yang tentunya sering kita kunjungi. Tempat wisata itu antara lain: Taman, laut, hutan, pegunungan, pusat perbelanjaan atau mall, tempat bersejarah, museum, kuliner, danau, waduk, situ, permandian air panas, kebun binatang, air terjun, pantai dan sebagainya.

Pariwisata pantai di Indonesia dapat dijadikan sebagai sumber perekonomian terbesar karena hampir seluruh provinsi di Indonesia memiliki wisata pantai yang indah. Indonesia yang memiliki 34 provinsi dan terdiri dari pulau-pulau yang mana di setiap daerah memiliki potensi pariwisata pantai yang memiliki daya tarik tersendiri, salah satunya di Provinsi Sumatera Utara yang merupakan salah satu provinsi yang menawarkan berbagai obyek wisata pantai yang menarik untuk dikunjungi. Di Sumatera Utara, salah satu daerah dengan potensi pariwisata Pantai yang besar adalah Kabupaten Tapanuli Tengah. Kabupaten Tapanuli Tengah ini memiliki banyak wisata pantai, diantaranya adalah pantai kalangan, pantai putri, pantai bilalang, pantai sosor gadong, pantai kalimantung, dan pantai Binasi.

Pantai Binasi di Kecamatan Sorkam yang memiliki daya tarik wisata berupa keindahan panorama pantai, pasir pantai yang putih, bentang pantai yang panjang, air gelombang yang tenang, banyak pepohonan yang sengaja di tanam di sekitaran pantai baik itu pohon kelapa dan pohon pinus yang memberikan kesejukan dikala angin bertiup dari laut dan memiliki keunikan alam dengan keberadaan pulau kecil di tengah pantai yaitu pulau pane.

Pembangunan Pariwisata tidak lepas dari pemasaran dan objek daya tarik wisata, karena pemasaran dan objek daya tarik wisata merupakan sasaran utama wisata. mewujudkan pemasaran yang sukses tidak dapat di pisahkan dari kemampuan manajemen perusahaan itu sendiri dalam mengelola dan mengkoordinasikan secara tepat instrumen pemasaran yaitu bauran pemasaran, yang dimana sebagai alat yang digunakan dalam pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, bukti fisik dan proses. Penggunaan dari strategi bauran pemasaran akan mempengaruhi persepsi konsumen tersebut dengan sedemikian rupa, sehingga hasil akhir yang diharapkan adalah membawa konsumen pada kepuasan.

Kepuasan wisatawan terhadap destinasi pariwisata ditunjukkan dengan keinginan untuk berkunjung kembali. Pada konsep bauran pemasaran untuk dapat memuaskan konsumen/wisatawan pada penelitian ini dilakukan batasan dalam mengukur kepuasan wisatawan yaitu hanya membahas tentang *product*. *Product* yang ditawarkan adalah daya tarik wisata, akomodasi, kuliner dan transportasi.. Menurut Utama (2017 : 204) Adapun faktor-faktor yang dapat memberikan kepuasan wisatawan adalah Daya Tarik Wisata, Akomodasi, kuliner, dan transportasi.

Adapun jenis akomodasi yang ada di pantai Binasi yaitu: rumah makan, perkemahan, dan lain-lain. kuliner yang ada dipantai Binasi terdiri dari makanan dan minuman seperti: ikan panggang, sup kepiting, jagung bakar, jus dan lain sebagainya. dalam perjalanan menuju pantai Binasi wisatawan dapat menggunakan semua jenis kendaraan karena rute perjalanan relatif bebas. jarak yang dekat dan juga mudah dijangkau, membuat wisatawan menjadi tertarik untuk mengunjungi pantai Binasi, sedangkan akses jalan ke pantai Binasi juga sudah dibuat cukup lebar dan bersih dengan petunjuk jalan yang jelas sehingga memudahkan bagi wisatawan untuk berkunjung ke pantai Binasi.

Tabel 1.1
Data jumlah pengunjung wisata Tapanuli Tengah

Tahun	Jumlah wisatawan domestic Per orang	Jumlah wisatawan mancanegara Per orang
2013	132.547	25.115
2014	148.334	25.436
2015	150.962	30.674
2016	176.031	32.921
2017	189.672	34.065

Sumber: Disbudpar Tapanuli Tengah

Dari data diatas terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara walaupun dengan jumlah yang cukup kecil, seperti yang terjadi pada wisatawan mancanegara antara tahun 2013 dan tahun 2014 yang hanya selisih 321 wisatawan, hal ini mengindikasikan bahwa potensi minat wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Tapanuli Tengah. Oleh karena itu perlu di kembangkan jumlah kunjungan wisatawan ini dengan mengembangkan berbagai objek wisata yang telah ada serta menambah jumlah tempat kunjungan wisata.

Peningkatan jumlah wisatawan dari tahun ke tahun menjadi masalah bagi semua objek wisata yang ada di Kabupaten Tapanuli Tengah termasuk pada Pantai Binasi sendiri. Pantai Binasi harus mampu bersaing dengan objek wisata lainnya. Dan pada saat ini banyak objek wisata di Tapanuli Tengah dijadikan sebagai objek wisata yang baru. Sehingga Pantai Binasi yang dulunya sebagai objek wisata utama harus mampu bersaing dengan objek wisata yang baru saat ini.

Sehubungan dengan latar belakang penelitian diatas maka penulis membuat judul penelitian **“Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Pada destinasi Pantai Binasi Kecamatan Sorkam.”**

1.2 Perumusan Masalah

Adapun beberapa permasalahan yang dapat di rumuskan di dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Binasi ?
2. Bagaimana pengaruh Akomodasi terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Binasi?
3. Bagaimana pengaruh Kuliner terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Binasi?
4. Bagaimana pengaruh Transportasi terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Binasi?
5. Bagaimana pengaruh Daya Tarik, Akomodasi, Kuliner, Transportasi terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Binasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan Pantai Binasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh akomodasi terhadap kepuasan wisatawan Pantai Binasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh kuliner terhadap kepuasan wisatawan Pantai Binasi.
4. Untuk mengetahui pengaruh transportasi terhadap kepuasan wisatawan Pantai Binasi.
5. Untuk mengetahui pengaruh Daya tarik, Akomodasi, Kuliner, Transportasi terhadap kepuasan wisatawan Pantai Binasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

1. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini berguna bagi pemerintah Tapanuli Tengah sebagai masukan atau bahan untuk mengembangkan Pantai Binasi sebagai tempat tujuan wisata.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan studi dan pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi, khususnya dalam ekonomi pariwisata.

3. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk mempraktikkan dan mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama waktu perkuliahan dan sebagai kesempatan untuk belajar dan menambah pengalaman.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam siklus bisnis perusahaan yang berfungsi untuk menyampaikan informasi tentang produk atau jasa kepada konsumen. Jadi pada hakekatnya berhasil tidaknya pencapaian tujuan bisnis tergantung pada bagaimana kegiatan pemasaran tersebut dan bagaimana tanggapan para konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016 : 5) Pemasaran adalah “mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan cara yang menguntungkan”. Pemasaran berlanjut selama hidup produk, berusaha mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan konsumen saat ini dengan meningkatkan daya tarik dan kinerja produk.

Menurut Abdullah dan Tantri (2017 : 2) Pemasaran adalah “suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang di rancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial”.

Semua jenis perusahaan menggunakan pemasaran, dan mereka menggunakannya dalam berbagai cara yang sangat berbeda-beda. Banyak perusahaan besar mengharapkan praktek pemasaran terstandarisasi dengan cara yang diformalkan, bagaimanapun, banyak juga perusahaan yang menggunakan perusahaan pemasaran dengan cara yang lebih informal.

Tujuan kegiatan marketing adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Dari tujuan tersebut, terlihat jelas bahwa kegiatan ini tidak hanya fokus untuk menghasilkan produk. Ada banyak ahli yang berpendapat tentang Marketing. Salah satunya adalah Kotler yang berpendapat bahwa kegiatan memasarkan barang atau jasa adalah suatu proses sosial sekaligus manajerial yang dilakukan oleh manusia untuk bisa mendapatkan apa yang diinginkan dan

dibutuhkan dengan memberikan penawaran, penciptaan serta penukaran barang atau produk yang bernilai untuk pihak lain.

2.1.2 Pemasaran Jasa

Menurut Gronroos (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013 : 98) berpendapat” bahwa pemasaran jasa tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal, melainkan juga pemasaran internal yang interaktif. Pemasaran eksternal menggambarkan pekerjaan biasa untuk menyiapkan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan jasa tersebut kepada konsumen. Pemasaran interaktif menggambarkan kemampuan karyawan dalam melayani klien. klien menilai jasa bukan hanya berdasarkan mutu teknisnya, tetapi juga berdasarkan fungsi fungsional”.

Saat ini jasa merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh dengan pesat. Jasa pariwisata merupakan salah satunya. Seperti halnya di Indonesia yang terus membenahi wisatanya agar lebih baik, karena Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi wisata yang cukup baik dan berkualitas dengan banyaknya tempat wisata yang menarik di daerah-daerah tertentu dan mempunyai ciri khas tersendiri di setiap provinsi hingga sampai ke daerah-daerah tertentu.

Bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, bukti fisik dan proses) merupakan sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek.

2.2 Pengertian Pariwisata

Menurut Yoeti (2003) dalam Utama (2017 : 1) pariwisata harus memenuhi tiga kriteria di bawah ini, yaitu:

1. Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain, perjalanan dilakukan di luar tempat kediaman di mana orang itu biasanya tinggal.

2. Tujuan perjalanan dilakukan semata-mata untuk bersenang-senang, tanpa mencari nafkah di negara, kota atau DTW yang dikunjungi.
3. Semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjungi.

Menurut Pitana dan Diarta (2009: 44) pariwisata merupakan konsep yang sangat multidimensional layaknya pengertian wisatawan.

Dari beberapa kriteria pariwisata di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih yang diselenggarakan dari suatu lokasi ke lokasi yang lainnya dengan maksud untuk bertamasya atau rekreasi.

2.2.1 Strategi pemasaran destinasi pariwisata

Akhir-akhir ini isu pembangunan berkelanjutan termasuk di sektor pariwisata mendapat perhatian yang sangat luas dari berbagai kalangan. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya menjaga mutu lingkungan. Pentingnya menjaga agar aktivitas pembangunan yang sedang dilaksanakan tetap dapat berjalan ditengah-tengah semakin ketatnya persaingan di era globalisasi dan kemajuan teknologi di berbagai aspek kehidupan .

Kegiatan pemasaran pariwisata bersifat unik dan berbeda dengan pemasaran barang pada umumnya, karena produknya lebih cenderung berupa jasa ataupun kombinasi antara barang dan jasa. Pemasaran berbicara tentang bagaimana suatu produk direncanakan terlebih dahulu guna menjawab kebutuhan dan keinginan konsumen. Materi strategi pemasaran pariwisata sangat penting dan relevan dalam menjawab persoalan dalam mengatasi persaingan yang begitu gencar dan memenangkan persaingan industri pariwisata yang ada.

2.3 Kepuasan wisatawan

Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam Priansa (2017 : 196) menyatakan “bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang di harapkan. jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak

puas. jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang”.

Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam Tjiptono (2014 : 354) “kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa”.

Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa kepuasan wisatawan adalah perbandingan antara kinerja produk yang dihasilkan dengan kinerja yang dirasakan oleh wisatawan. Jika berada di bawah harapan, wisatawan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, wisatawan puas. Jika kinerja melebihi harapan, wisatawan amat puas atau senang. Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan –perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut.

2.3.1 Indikator Kepuasan Wisatawan

Menurut Baharuddin, Kasmita, Salam (2016:109) Adapun beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan yaitu :

1. keamanan ialah situasi dan kondisi keamanan selama berwisata, sebagai manifestasi intensitas layanan keamanan wisatawan dari pihak penyedia selama berekreasi di suatu destinasi.
2. kenyamanan ialah perasaan wisatawan atas kenyamanan lingkungan daerah wisata selama berekreasi, sebagai manifestasi intensitas kualitas pelayanan kenyamanan yang telah diberikan penyedia untuk wisatawan selama berwisata.
3. Pelayanan dan informasi adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Sedangkan Informasi, dalam dunia kepariwisataan dapat diartikan sebagai data/informasi yang di komunikasikan kepada calon wisatawan, disampaikan dalam bentuk media

informasi, dan digunakan sebagai alat pengambil keputusan. Informasi harus relevan, berguna, tepat, benar, dan mengandung unsur dorongan. Tanpa adanya informasi, pengambil keputusan akan beresiko mengalami kerugian baik dari segi materi maupun kepuasan.

2.3.2 Faktor- faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan terhadap destinasi pariwisata menurut model yang dikembangkan oleh Utama (2017 : 204) antara lain:

1. Daya tarik wisata
2. Akomodasi
3. Kuliner
4. Transportasi

2.4 Daya tarik wisata

Menurut Utama (2017 : 142) “daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu”.

Beberapa paparan pengertian yang di berikan di atas tentang daya tarik wisata, maka dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan 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.

2.4.1 Indikator daya tarik wisata

Menurut Spillane (2002) dalam Nuraeni (2014 : 6) ada beberapa yang menjadi daya tarik wisata, yaitu:

1. Tingkat keindahan

Wisata pantai binasi merupakan daya tarik wisata di Kecamatan sorkam yang memiliki Pemandangan yang tidak kalah dengan pemandangan lain. Hal ini disebabkan karena daya tarik wisata tersebut, menyediakan berbagai keindahan

yang tidak memiliki batas waktu untuk berkunjung selama 24 jam dan memiliki pantai pulau pane sebagai daya tarik tersendiri di tempat wisata tersebut, selain itu juga menyediakan berbagai macam daya tarik lain seperti: menyediakan berbagai macam souvenir, angkringan, bakul bakso, berbagai arena permainan, taman selfi.

2. Tingkat kebersihan

Kalau banyak sampah akan mengurangi keindahan sebuah objek wisata, apalagi bagi wisatawan yang ingin mengabadikan keindahan gambar pengunjung selain menikmati keindahan juga ikut berperan dalam menjaga kebersihan lingkungan. kesadaran untuk menjaga kebersihan juga diharapkan dari para pengunjung yang datang agar tetap bisa menikmati keindahan objek wisata tersebut. Wisata andalan kita di sini adalah wisata bahari atau mengandalkan keindahan alam bawah laut dan pantai, sehingga kebersihan menjadi utama agar tidak ada sampah berserakan di pantai terlebih di bawah laut.

3. Tingkat keramah tamahan

Kualitas pelayanan dan keramah tamahan yang dirasakan dari pariwisata untuk mempengaruhi kepuasan wisatawan, dan mereka selalu memberikan yang terbaik bagi wisatawan yang pada akhirnya mempengaruhi niat wisatawan untuk kembali.

2.5 Akomodasi Wisata

Menurut Ariani dan Suryawan (2018 : 261) Akomodasi adalah Sarana tempat menginap sementara, tempat makan dan tempat belanja kebutuhan sehari-hari bagi wisatawan selama berada di objek wisata.

Akomodasi wisata tidak hanya jenis penginapan saja akan tetapi ada juga akomodasi rumah makan, akomodasi wisma dan lain sebagainya. hal tersebut dikarenakan Selama tinggal di tempat tujuan wisata, wisatawan memerlukan, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan dan fasilitas lainnya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama berwisata. Selain

itu ada kebutuhan akan *Industries* yaitu *souvenir*, tempat cuci pakaian, pemandu, daerah festival, dan fasilitas rekreasi (untuk kegiatan).

2.5.1 Indikator Akomodasi:

Menurut Ariani dan Suryawan (2018 : 261) ada beberapa fasilitas yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam berkunjung seperti *homestay*, penginapan, restoran dan supermarket. Selain itu ada juga sarana pendukung dalam kegiatan wisata seperti tempat ibadah, Fasilitas tempat ibadah sebagai kebutuhan pokok umat beragama yang tengah berwisata, hal ini adalah bentuk dukungan dari pemerintah dan pihak pengelola wisata menjamin keberlangsungan hidup beragama warga Negara.

Tempat Parkir, tempat untuk parkir adalah paling penting, guna menampung tingkat kunjungan masyarakat di daerah wisata. Dan Kamar Mandi, Ketersediaan kamar mandi di tempat wisata sangat penting, baik hal itu untuk membersihkan diri atau untuk kebutuhan lainnya. Kamar mandi biasanya dipisahkan bebeda ruangan sesuai dengan jenis kelamin. Perkemahan termasuk dalam akomodasi penginapan, biasanya terdapat di alam terbuka dan tanpa pungutan biaya , namun dengan syarat tertentu mengenai fasilitas dan kebutuhan selama berkemah. Rumah makan atau restoran juga termasuk dalam akomodasi dimana biasanya rumah makan menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan tersebut serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya.

2.6. Kuliner Wisata

Istilah kuliner bersumber dari bahasa latin, yakni *culinarius*. *Culinarius* memiliki arti materi yang berkaitan dengan proses masak. Menurut Akbar dan Pangestuti (2017 : 155) “Kata kuliner berasal dari komoditas yang berkaitan dengan masak-memasak dan kegiatan mengonsumsi pangan. Kuliner bisa dimaknai sebagai pola pemakaian yang berdasarkan pada pangan atau hidangan”. Makanan juga sebagai tujuan wisata dan instrumen bagi peningkatan pariwisata. Wisata kuliner diperlukan kerja sama semua panca indra seperti lidah, hidung, indra peraba, serta mata.

2.6. 1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kuliner

Faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan terhadap produk kuliner menurut Mangifera, Isa, Wajdi (2018 : 19) yaitu

1. Harga

Konsumen memandang harga tertentu seperti tinggi, rendah, wajar. Harga mempunyai pengaruh kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli. Persepsi ketidakadilan harga akan mempengaruhi persepsi seseorang tentang nilai produk dan akhirnya berpengaruh pada kesediaan untuk menjadi pelanggan.

2. Kualitas Makanan dan Minuman

Konsumen memiliki sejumlah alasan dalam memutuskan untuk kembali ke sebuah restoran. Alasan utama konsumen untuk kembali ke restoran adalah kualitas makanan yang baik dan bahan makanan yang segar. Meski seringkali salah satu cara utama untuk mengevaluasi kualitas makanan bagi konsumen adalah melalui desain menu makanan, sebab menu secara efektif akan menjadi alat penjual bagi sektor restoran

3. Lokasi

Strategi lokasi / tempat adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya (Rumah Makan) di suatu kawasan / daerah yang dekat dengan keramaian dan aktiivitas masyarakat. Karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi / tempat akan berpengaruh besar pada kelangsungan hidup pemilik rumah makan.

2.7 Transportasi Wisata

Transportasi menjadi hal yang sangat penting dalam pariwisata. Perkembangan pariwisata dalam negeri menuntut perkembangan bidang perjalanan pula. Pertumbuhan dan pengembangan pariwisata yang terus-menerus harus disertai dengan peningkatan kualitas destinasi dengan menciptakan tuntutan yang lebih baik di dalam transportasi.

Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi. *Accessibility* atau aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi.

Menurut Gunawan (2015 : 1) Transportasi dapat diartikan sebagai kegiatan mengangkut atau membawa (sesuatu) dari suatu tempat (tempat asal) ke tempat lainnya (tempat tujuan).

2.7.1 Indikator Transportasi

Menurut Gunawan (2015:1) faktor-faktor transportasi yang mempengaruhi kepuasan wisatawan yaitu:

1. Kendaraan sebagai alat angkut

Sarana Transportasi adalah kendaraan yang diperbolehkan untuk menggunakan jalan. Angkutan jalan ini diantaranya adalah Sepeda Motor dan mobil angkutan. Sepeda motor adalah kendaraan bermotor beroda 2 (dua), atau 3 (tiga) tanpa atap baik dengan atau tanpa kereta di samping. Mobil Angkutan, adalah setiap kendaraan bermotor yang dilengkapi sebanyak-banyaknya 8 (delapan) tempat duduk tidak termasuk tempat duduk pengemudi seperti mobil penumpang, mobil bus, mobil barang.

2. Jalan Sebagai Prasarana Angkutan

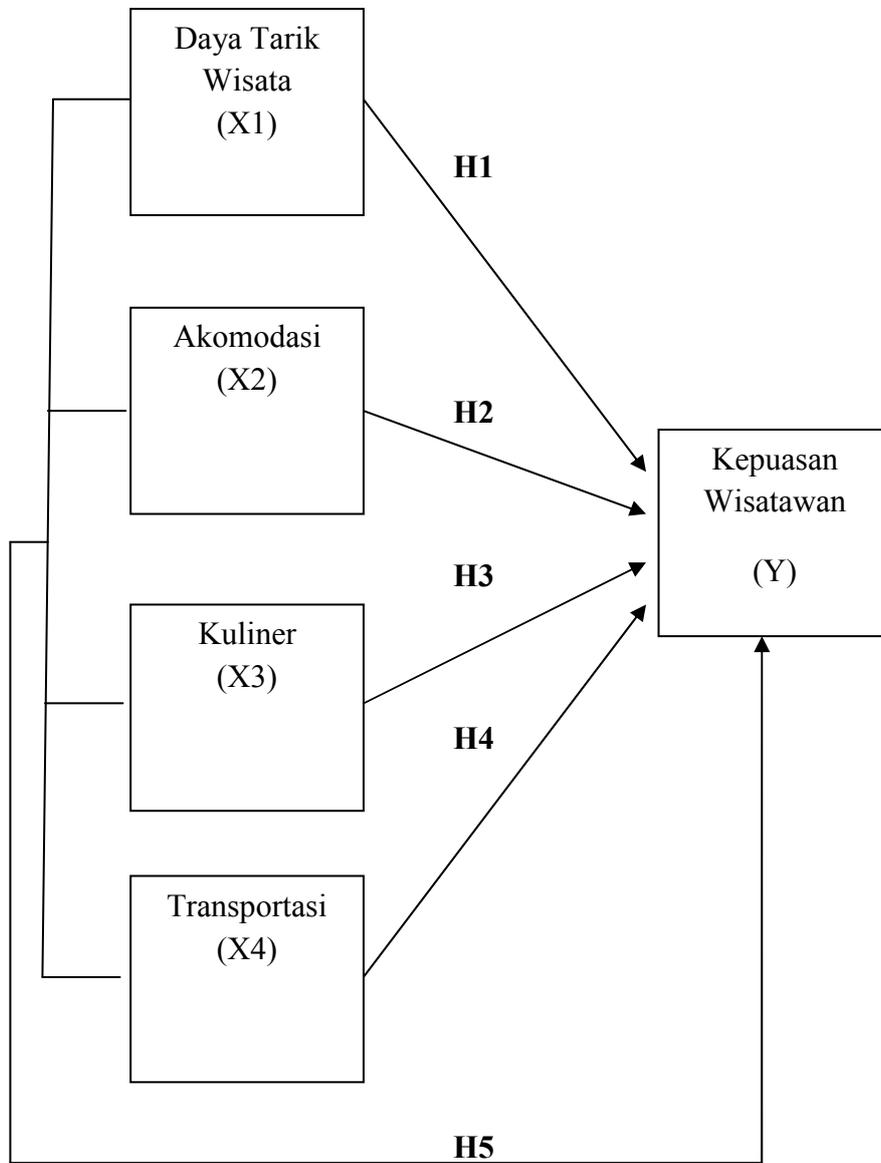
Prasarana transportasi adalah alat penunjang utama bagi terselenggaranya suatu proses perpindahan suatu manusia atau barang dari tempat yang satu ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan manusia atau mesin.

Prasarana transportasi dibagi menjadi tiga aspek yaitu transportasi darat, Laut dan udara. Prasarana transportasi di darat, Prasarana transportasi darat diantaranya seperti jalan raya, jembatan termasuk bagian perlengkapannya misalnya seperti halte bus. Prasarana transportasi di laut. Prasarana untuk transportasi laut yaitu pelabuhan. Pelabuhan merupakan suatu fasilitas yang berada di ujung sungai, danau ataupun samudra yang berguna untuk tempat singgah kapal. Prasarana transportasi di udara. Prasarana untuk transportasi udara yaitu bandar udara atau lebih sering disebut dengan bandara.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Judul , Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
1	Laila Wahida Rahma Nasution, (2018), Skripsi: Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Kota Berastagi.	X1: Daya Tarik Wisata X2: Pengangkutan X3: Kualitas Pelayanan Y : Kepuasan Pengunjung	Daya tarik produk wisata dan pengangkutan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Kualitas pengunjung berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang
2	Rezki Teguh Sulistiyana, (2017), Dalam Jurnal: Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	X1: Fasilitas Wisata X2: Harga Y: Kepuasan Konsumen	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas wisata dan harga terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung.
3	Novita Sari (2016), jurnal: Kepuasan Wisatawan Terhadap Wisata Kuliner Di Objek Wisata Pantai Indah Selatbaru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis	X1: <i>Expectations</i> X2: <i>Performance</i> X3: <i>Comparison</i> X4: <i>Confirmation/ disconfirmatio</i> Y: Kepuasan Wisatawan	Terdapat pengaruh positif antara <i>expectations</i> , <i>performance</i> , <i>comparison</i> , <i>confirmation/ disconfirmatio</i> terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung.
4	Hasnina Malasari Pasaribu (2017) Skripsi: Analisis Kesesuaian Dan Daya Dukung Wisata Pantai Binasi Kecamatan Sorkam Barat Kabupaten Tapanuli Tengah	X1: Analisis kesesuaian X2: Daya dukung Y: Persepsi Wisatawan	Analisis kesesuaian dan daya dukung berpengaruh positif terhadap persepsi wisatawan.

2.8 Kerangka Berfikir



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis

2.9 Perumusan Hipotesis

Dari permasalahan masalah, tujuan penelitian, landasan teori yang telah dituangkan dalam kerangka pemikiran, dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Pantai Binasi.
2. Akomodasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Pantai Binasi.
3. Kuliner berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Pantai Binasi.
4. Transportasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Pantai Binasi.
5. Daya tarik, Akomodasi, Kuliner, Transportasi Secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Pantai Binasi.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. dimana desain yang digunakan adalah statistik deskriptif, statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah tempat wisata Pantai Binasi Kecamatan Sorkam. waktu penelitian dimulai pada bulan September tahun 2018 yang dimana merupakan proses di mulainya pengerjaan penelitian.

3.3. Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2016: 80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah berkunjung ke Pantai Binasi.

Menurut Kuncoro (2013: 118) “Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi”. Kriteria yang ditetapkan penulis untuk pemilihan sampel penelitian ini adalah mereka wisatawan yang setidaknya pernah mengunjungi tempat wisata Pantai Binasi. Kajian penelitian untuk untuk kelas bisnis dan manajemen memberikan syarat dalam pengambilan ukuran sampel minimal, Menurut Kuncoro (2013: 126), yaitu:

1. Penelitian deskriptif, jumlah sampel minimum adalah 10% dari populasi
2. Penelitian korelasi, jumlah sampel minimum adalah 30 sample
3. Penelitian hasil perbandingan, jumlah sampel minimum 30 subjek per group

4. Penelitian eksperimental, jumlah sampel minimum adalah 15 subjek per grup.

Berdasarkan kajian penelitian di atas, maka penulis mengambil sampel sebanyak 50 orang untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan di Pantai Binasi.

3.4. Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah salah satu desain sampel nonprobabilitas yaitu *purposive sampling*, dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian. Karakteristik anggota sampel yang dimaksudkan adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Pantai Binasi.

3.5. Metode Pengumpulan Data

3.5.1. Metode kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Data yang diperoleh dalam penelitian ini di dapatkan langsung dari pengisian yang ditujukan kepada responden.

3.6. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Dalam skala ini terdapat skala pengukuran likert, cara inilah yang dilakukan penulis untuk meneliti kusioner. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa instrument atau pertanyaan. Berikut adalah ukuran dari setiap skor

Tabel 3.1
Skala likert untuk pengukuran ordinal

Pilihan jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.7. Definisi Operasional Variabel

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen penelitian juga digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi kuantitatif tentang variabel yang sedang diteliti.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Defenisi variable	Indikator	Ukuran
Daya Tarik Wisata (X1)	Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. (I Gusti Bagus, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat Keindahan 2. Tingkat Kebersihan 3. Tingkat Keramah tamahan 	Skala Likert
Akomodasi (X2)	Akomodasi adalah Sarana tempat menginap sementara, tempat makan dan tempat belanja kebutuhan sehari-hari bagi wisatawan selama berada di objek wisata. (Ariani Ni Ketut Desi dan Suryawan,2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat Ibadah 2. Tempat Parkir 3. Kamar Mandi 4. Perkemahan 5. Rumah makan 	Skala Likert
Kuliner (X3)	Kata kuliner berasal dari komoditas yang berkaitan dengan masak-memasak dan kegiatan mengonsumsi pangan. Kuliner bisa dimaknai sebagai pola	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga 2. Kualitas makanan dan minuman 3. Lokasi 	Skala Likert

	pemakaian yang berdasarkan pada pangan atau hidangan. (Auzan Tawadlu Akbar, 2016)		
Tranportasi (X4)	Transportasi dapat diartikan sebagai kegiatan mengangkut atau membawa (sesuatu) dari suatu tempat (tempat asal) ke tempat lainnya (tempat tujuan). (Gunawan, 2015)	1. Kendaraan sebagai alat angkut 2. Jalan sebagai Prasarana angkutan	Skala Likert
Kepuasan Wisatawan (Y)	kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang di harapkan. jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas.jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. jika kinerja melebihi harapan,konsumen amat puas atau senang (Donni Juni Priansa, 2017)	1. Keamanan 2. Kenyamanan 3. Pelayanan dan Informasi	Skala Likert

3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu koefisien. Validitas merupakan ukuran yang benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik berikut ini (Sunyoto 2013:86)

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka variabel tersebut valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid.
- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, namun bertanda negatif maka H_0 akan tetap ditolak dan H_1 diterima.

3.8.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas artinya tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliable*). Alat ukur dinyatakan reliabel jika memberikan pengukuran yang sama, meski dilakukan berulang kali dengan asumsi tidak adanya perubahan pada apa yang diukur.

Untuk mengukur antara jawaban dengan pertanyaan dapat dilakukan dengan syarat sebagai berikut ini (Sunyoto 2013:81)

- a. Jika nilai $a > \text{atau} = r_{\text{tabel}}$ maka instrument penelitian dikatakan reliabel.
- b. Jika nilai $a < r_{\text{tabel}}$ maka instrument penelitian dikatakan tidak reliabel.
- c. Nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah diatas 0,6 (cukup baik), dan diatas 0,8 (baik).

3.9. Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, terlebih dahulu diadakan pengujian-pengujian terhadap gejala penyimpangan asumsi klasik. Dalam asumsi klasik terdapat pengujian yang harus dilakukan. Uji normalitas, uji heterosdasitas. Cara yang digunakan untuk menguji gejala penyimpangan asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.9.1. Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik mempunyai distribusi yang normal atau mendekati normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada residualnya, Menurut Kurniawan (2014: 156). Pengujian normalitas dilakukan dengan cara :

- 1) Melihat Normal *Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Data sesungguhnya diplotkan sedangkan distribusi normal akan membentuk garis diagonal. Apabila data distribusi normal maka plot data akan mengikuti garis diagonal.

- 2) Melihat Histogram yang membandingkan data sesungguhnya dengan distribusi normal.

Kriteria uji normalitas :

Apabila $p\text{-value} (P_v) < \alpha (0,05)$ artinya data tidak berdistribusi normal

Apabila $p\text{-value} (P_v) > \alpha (0,05)$ artinya data berdistribusi normal

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik scatterplot dan prediksi variabel dependen dengan residunya, dengan memplotkan nilai prediksi dengan nilai residualnya. Heteroskedastisitas akan muncul jika terdapat pola tertentu antara keduanya, seperti gelombang atau menyempit atau melebar antara keduanya (Ghozali 2016:134).

3.9.3 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan adanya multikolinieritas. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah melihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*, dimana nilai *tolerance* mendekati 1 atau tidak kurang dari 0,10 serta nilai VIF disekitar angka 1 serta tidak lebih maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi (Ghozali 2016:103).

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Metode Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable bebas (Daya Tarik, Akomodasi, Kuliner, dan Transportasi) terhadap variabel terikat (keputusan konsumen/wisatawan). Di dalam

menganalisis data ini, penulis menggunakan bantuan aplikasi *Software SPSS for Windows*. Adapun menurut Kurniawan (2014: 194) persamaan regresi linear multiple adalah model persamaan regresi linear dengan variabel bebas lebih dari satu. Bentuk umum persamaan ini antara lain:

$$Y_i = b_0 + b_1X_{1i} + b_2X_{2i} + b_3X_{3i} + b_4X_{4i} + e;$$

$i = 1, 2, 3, 4, \dots, n$

Keterangan :

Y = Kepuasan wisatawan	e = Galat (<i>distrubance error</i>)
x_1 = Daya Tarik	b_1 = Koefisien Regresi daya tarik
x_2 = Akomodasi	b_2 = Koefisien Regresi akomodasi
x_3 = Kuliner	b_3 = Koefisien Regresi kuliner
x_4 = Transportasi	b_4 = Koefisien Regresi transportasi

$H_0 : b_i = 0 ; i = 1, 2, 3, 4$

Secara regresi tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas (Daya Tarik Wisata, Akomodasi, Kuliner, dan Transportasi) terhadap variabel terikat (Kepuasan Wisatawan).

$H_1 : b_i \neq 0 ; i = 1, 2, 3, 4,$

Secara regresi terdapat pengaruh dari variabel bebas (Daya Tarik Wisata, Akomodasi, Kuliner, dan Transportasi) terhadap variabel terikat (Kepuasan Wisatawan).

3.10.2 Metode Analisis Deskriptif

Metode penelitian deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain (Sugiyono, 2016:35).

3.10.3 Uji Parsial (uji-t)

Uji t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Penilaian dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} atau membandingkan angka signifikan dengan $alpha = 0,05=5\%$. Apabila nilai signifikan $> alpha 0,05$ maka H_0 diterima atau H_1 ditolak, yang artinya variabel bebas (independen) secara individual tidak mempengaruhi variabel terikat (dependen). Sebaliknya jika nilai signifikan $< alpha 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, yang artinya variabel bebas (independen) secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen).

3.10.4 Uji Simultan (uji-F)

Uji-F merupakan uji serentak atau mengetahui variabel bebas (Daya Tarik Wisata, Akomodasi, Kuliner, dan Transportasi) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terkait (Kepuasan Wisatawan).

H_0 : tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas bauran pemasaran secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Kepuasan Wisatawan)

H_1 : terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas bauran pemasaran secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Kepuasan Wisatawan).

Kriteria pengambilan keputusan :

- a) H_0 ditolak dan H_1 diterima : bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau probabilitas signifikansi (F-value) dari nilai $t < \alpha = 0,05$
- b) H_0 diterima dan H_1 ditolak : bila $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau probabilitas tidak signifikansi (F-value) dari nilai $t > \alpha = 0,05$

3.10.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar memberikan penjelasan variabel bebas (Daya Tarik Wisata, Akomodasi, Kuliner, dan Transportasi) terhadap variabel terikat (Kepuasan Wisatawan). Jika R^2 semakin mendekati satu maka menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat mempunyai hubungan yang besar. Sebaliknya jika R^2 mendekati nol maka hubungan variabel

bebas terhadap variabel terikat mempunyai hubungan yang kecil. Penelitian ini menggunakan aplikasi *software SPSS for windows*.