

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia. Kepariwisataan Indonesia merupakan penggerak perekonomian nasional yang potensial untuk memacu perkembangan perekonomian dimasa depan (Magdalena, 2013). Menurut Yoeti dalam jurnal Sulistiyana *et.all* 2015, dibandingkan dengan sektor-sektor ekonomi yang lain pariwisata memperlihatkan perkembangan yang stabil bahkan memiliki kecenderungan meningkat setiap tahunnya. 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. Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki banyak tempat wisata alam yaitu Sumatera Utara. Salah satu kabupaten di Sumatera Utara adalah Serdang Bedagai. Kabupaten Serdang Bedagai ini memiliki banyak wisata pantai, diantaranya adalah pantai cermin, pantai romantis, pantai pondok permai, pantai mangrove, pantai cemara kembar, dan pantai Bali Lestari.

Pantai Bali Lestari merupakan salah satu pantai yang dulunya menjadi objek wisata utama yang dikunjungi oleh wisatawan saat berada di kabupaten Serdang Bedagai. Namun saat ini Pantai Bali Lestari harus mampu bersaing dengan objek wisata baru yang ada di kabupaten Serdang Bedagai. Pantai Bali Lestari ini memiliki keindahan tersendiri yaitu air pantai yang cukup jernih, pasir pantai yang putih membentang dari timur ke barat, ombak yang tidak terlalu besar, sehingga aman untuk bermain bersama anak-anak dan keluarga.

Product yang ditawarkan adalah kebersihan, daya tarik wisata, dan kuliner. Menurut Engrani (2015) adalah salah satu yang dapat meningkatkan kunjungan wisata dan menurut Utama (2017) faktor-faktor yang dapat keputusan wisata adalah daya tarik wisata, dan kuliner.

Kebersihan wisata menjadi faktor penambah keindahan sehingga merasa nyaman saat singgah di lokasi tersebut. Kebersihan Pantai Bali Lestari saat ini kurang terjaga, sudah banyak sampah yang berada di pinggir pantai sehingga dapat mengganggu pemandangan pantai. Pada gambar 1.1 berikut merupakan gambar tempat sampah yang di sediakan di Pantai Bali Lestari.



Gambar 1.1

Pada lokasi objek wisata Pantai Bali Lestari telah disediakan tempat sampah yang memadai. Akan tetapi masyarakat setempat ataupun wisatawan masih saja membuang sampah sembarangan. Pada gambar 1.2 berikut Dapat dilihat dari gambar 1.2 keadaan tempat sampah pada Pantai Bali Lestari.



Gambar 1.2

Pariwisata juga tidak lepas dari objek daya tarik wisata, karena objek dan daya tarik wisata merupakan sasaran utama wisata. Melihat dari hal tersebut daya tarik wisata yang dimiliki oleh Pantai Bali Lestari yaitu ketika berada di pantai ini, sejauh mata memandang yang akan terlihat hanyalah perairan yang membentang di laut lepas. Daya tarik lainnya adalah pantai Bali Lestari menyediakan atraksi wisata seperti *banana boat*, perahu, dan juga menyediakan *souvenir* seperti pakaian, gelang, gantungan kunci dan lainnya. Dan yang membedakan pantai Bali Lestari dengan pantai lainnya yang ada di kabupaten serdang berdagai adalah patung-patung yang di jadikan sebagai symbol kepercayaan yang ada pada masyarakat sekitar sehingga menjadi lebih menarik perhatian. Pada Gambar 1.3 berikut merupakan salah satu contoh daya tarik pada pantai Bali Lestari



Gambar 1.3

Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak-memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari dan menikmati suasana jalan-jalan, bersantai atau sedang berlibur di Pantai Bali Lestari ini. Berikut adalah gambar restaurant yang ada pada pantai Bali Lestari.



Gambar 1.4

Sesuai dengan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang ada yaitu apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berwisata saat berkunjung pada objek wisata Pantai Bali Lestari. Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan berwisata. Dengan mengetahui faktor-faktor keputusan berwisata tersebut diharapkan dapat memecahkan masalah pemasaran dan pengambilan kebijakan yang akan diterapkan.

Pada tabel 1.1 berikut ini adalah data kunjungan wisatawan Kabupaten Serdang Bedagai selama lima tahun terakhir.

Tabel 1.1

Data jumlah pengunjung wisata Pantai Bali Lestari

Tahun	Jumlah wisatawan domestik (orang)	Jumlah wisatawan mancanegara (orang)
2014	50.493	6.680
2015	68.896	8.192
2016	77.896	9.828
2017	72.944	8.121
2018	64.426	7.420

Sumber: BPS SUMUT

Dari data diatas terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan domestik dan mancanegara dari tahun ke tahun walaupun dengan jumlah yang cukup kecil, seperti yang terjadi pada wisatawan mancanegara antara tahun 2014 dan tahun 2015 yang hanya selisih 1.512 orang, dan peningkatan yang terbesar terdapat pada tahun 2016 dan 2017 dengan selisih 1.707 orang.

Peningkatan jumlah wisatawan dari tahun ke tahun menjadi pendorong bagi semua objek wisata yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai termasuk pada Pantai Bali Lestari sendiri. Pantai Bali Lestari harus mampu bersaing dengan objek wisata lainnya. Dan pada saat ini banyak objek wisata di Serdang Bedagai dijadikan sebagai objek wisata yang baru. Sehingga Pantai bali Lestari yang dulunya sebagai objek wisata utama harus mampu bersaing dengan objek wisata yang baru saat ini.

Untuk dapat mengukur tingkat keputusan Berwisata pada Pantai Bali Lestari yaitu melalui kebersihan, daya tarik, dan kuliner. Ketiga faktor ini yang harus diperhatikan dalam menghitung keputusan berkunjung dalam berwisata. Dan dapat menjadi masukan untuk keberlanjutan objek wisata tersebut.

Dari uraian latar belakang penelitian diatas maka penulis membuat judul penelitian“ **Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwisata Pada Destinasi Wisata Pantai Bali Lestari Serdang Bedagai.**”

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana kebersihan berpengaruh terhadap keputusan berwisata Pantai Bali Lestari?
2. Bagaimana daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berwisata Pantai Bali Lestari?
3. Bagaimana Kuliner berpengaruh terhadap keputusan berwisata Pantai Bali Lestari?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kebersihan wisata terhadap keputusan berwisata Pantai Bali Lestari.
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berwisata Pantai Bali Lestari.
3. Untuk mengetahui pengaruh kuliner wisata terhadap keputusan berwisata Pantai Bali Lestari.

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 Serdang Bedagai sebagai masukan atau bahan untuk pencapaian pantai bali lesatari 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.
4. Bagi Prodi Studi Manajemen
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dan sebagai penambahan literature kepustakaan dibidang penelitian, khususnya untuk prodi manajemen mengenai bauran pemasaran jasa terhadap keputusan konsumen untuk berwisata.

BAB II

LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pemasaran Jasa

Pemasaran didefinisikan sebagai aktivitas individual dan organisasional yang memfasilitasi dan memperlancar hubungan pertukaran yang saling memuaskan dalam lingkungan yang dinamis melalui pengembangan, distribusi, promosi, dan penetapan harga barang, jasa, dan gagasan (Tjiptono 2014 : 3). Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun potensial (Abdullah dan Francis 2012 : 2).

Pemasaran adalah menjual barang , dan barang tersebut tidak kembali ke orang yang menjualnya (Alma: hal 2 tahun 2016). Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses pengenalan produk atau jasa kepada konsumen. Pemasaran berlanjut selama hidup produk , berusaha mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan konsumen saat ini dengan meningkatkan daya tarik dan kinerja produk.

Pemasaran jasa menurut Gronroos dalam Kotler 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 (Etta dan Sofiah 2016).

Karena jasa mempunyai kualitas pengalaman dan kepercayaan yang tinggi, resiko dalam pembeliannya akan lebih banyak. Hal ini mengandung

beberapa konsekuensi. Pertama, konsumen jasa umumnya mengandalkan cerita dari mulut ke mulut dari pada iklan. kedua, mereka sangat mengandalkan harga, petugas dan petunjuk fisik untuk menilai mutunya. Ketiga, mereka sangat setia pada penyedia jasa yang memuaskan mereka. Perusahaan-perusahaan jasa menghadapi tiga tugas, yaitu meningkatkan diferensiasi persaingan, mutu jasa, dan produktivitas.

2.1.2 Pemasaran Pariwisata

Indonesia adalah negara yang memiliki sumber daya unggulan yang bersaing (*competitive advantage*) dibidang kepariwisataan seperti keindahan alam, kekayaan flora dan fauna, serta keramahan masyarakat dan keunikan budaya daerahnya, serta masih banyak lagi lainnya yang merupakan aset bersifat *tangible* sebagai cikal bakal untuk mewujudkan strategi pemasaran pariwisata.

Menurut jurnal Zakia *et.all* 2017, Pariwisata terdiri dari dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali atau berputar-putar, serta wisata berarti perjalanan atau bepergian, jadi pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain. Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut. (Utama, 2017 : 2). Pariwisata merupakan konsep yang sangat multidimensional layaknya pengertian wisatawan. Tak bisa dihindari bahwa beberapa pengertian pariwisata dipakai oleh para praktisi dengan tujuan yang ingin dicapai. (Pitana dan Diarta 2009 : 44).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa melalui pertumbuhan bisnis pariwisata akan memberikan dampak yang sangat besar pada sektor perekonomian lainnya. Bahkan boleh dikatakan bahwa sektor pariwisata memiliki peranan yang sangat penting dalam menggerakkan sektor ekonomi secara makro. Untuk itu pemasaran sektor pariwisata harus dilakukan secara serius dan berkesinambungan.

2.1.3 Keputusan Berwisata

Menurut Sangadji dan Sopiah (2014), “Mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih”. Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan diantara beberapa alternatif yang tersedia. Sedangkan konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Menurut Sangadji dan Sopiah, “Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Pemecahan masalah konsumen sebenarnya merupakan suatu aliran tindakan timbalbalik yang berkesinambungan diantara faktor lingkungan, proses kognitif dan efektif,serta tindakan perilaku”. Menurut Setiadi dalam Sangadji dan Sopiah, “Mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya”.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa semua perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang ada.

2.1.4 Tahap Keputusan Pembelian

Kotler dan Keller (2009:208) menyatakan bahwa,keputusan berkunjung adalah tahap saat wisatawan juga mungkin membentuk niat untuk melakukan kunjungan yang paling disukai, dimana keputusan wisatawan untuk memodifikasi,menunda atau menghindar sangat dipengaruhi oleh resiko yang dirasakan.

Menurut kotler dan Keller (2009:248) ada enam keputusan yang dilakukan oleh wisatawan, modifikasi melalui teori keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, yaitu :

a. Pemilihan Produk/Jasa

Tahapan wisatawan dalam menentukan produk yang ditawarkan, dan diantaranya dipengaruhi oleh kualitas dan variasi produk tersebut. Tahapan ini wisatawan dalam mengambil keputusan berkunjung atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berkunjung serta alternatif yang mereka pertimbangkan.

b. Pemilihan Merek

Tahapan wisatawan sebelum memutuskan berkunjung yang dipengaruhi oleh merek dan kemenarikan objek tersebut. Pada tahapan wisatawan harus memutuskan merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana wisatawan memilih sebuah merek.

c. Pemilihan Perantara/Saluran Pemesanan

Tahapan wisatawan sebelum memutuskan berkunjung yang dipengaruhi oleh bagaimana wisatawan memilih saluran pemesanan. Pada tahapan ini wisatawan harus mengambil keputusan tentang perantara, untuk keputusan berkunjung setiap wisatawan berbeda-beda dalam hal menentukan perantara bisa dikarenakan fitur lokasi yang dilihat, harga yang murah, nyaman, dan lain sebagainya.

d. Pemilihan Waktu Berkunjung

Tahapan wisatawan sebelum memutuskan berkunjung yang dipengaruhi oleh waktu kapan wisatawan menentukan waktu untuk berkunjung. Pada tahapan ini keputusan wisatawan untuk berkunjung dalam waktu bisa berbeda-beda misalkan : ada yang tiap hari, satu minggu, dua minggu sekali sesuai dengan keinginan wisatawan.

e. Pemilihan Jumlah Pemesanan

Tahapan wisatawan sebelum memutuskan berkunjung yang dipengaruhi oleh jumlah pesanan yang dilakukan oleh wisatawan. Pada tahapan ini wisatawan dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak objek wisata yang akan dikunjungi. Keputusan berkunjung yang dilakukan

mungkin lebih dari satu, dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyak pilihan sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari pada wisatawan.

f. Metode Pembayaran

Tahapan wisatawan sebelum memutuskan berkunjung yang dipengaruhi oleh bagaimana kemudahan dalam membayar. Tahapan ini merupakan tahapan akhir dalam model keputusan berkunjung yaitu dimana wisatawan dalam melakukan keputusan berkunjung dapat memilih metode pembayaran, apakah dengan tunai (*cash*) atau kredit (*credit card*).

2.1.5 Faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan Berwisata

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan berwisata terhadap destinasi pariwisata, menurut Engriani (2015) salah satu yang dapat meningkatkan kunjungan wisata adalah kebersihan. Menurut model yang dikembangkan oleh The Hong Kong Polytechnic University, (Utama 2017) antara lain: daya tarik wisata, dan kuliner.

2.1.5.1 Kebersihan Wisata

Dalam menangani kebersihan pantai dan membantu menjaga kebersihan pantai agar kondisi pantai terlihat lebih bersih dan wisatawan yang datang akan merasa nyaman. Apalagi peran masyarakat akan sangat penting dalam menunjang kualitas pantai yang baik agar bisa menopang kondisi ekonomi melalui wisata yang ada di pantai Bali lestari. Bersih merupakan suatu keadaan/kondisi lingkungan yang menampilkan suasana bebas dari kotoran, sampah, limbah, penyakit dan pencemaran (Engriani 2015). Adapun indikator dalam kebersihan adalah lingkungan yang bersih, sajian makanan dan minuman bersih dan sehat, penggunaan dan penyajian alat perlengkapan yang bersih, dan penampilan petugas (Engriani : 2015).

a. Lingkungan yang bersih

Lingkungan terdiri dari lingkungan rumah sendiri maupun di tempat-tempat umum seperti di hotel, restoran, angkutan umum, tempat rekreasi, tempat buang air kecil/besar dan lainnya sebagainya harus tetap menjaga kebersihan. Bersih dari sampah, kotoran, coret-coretan dan lainnya agar rasa nyaman tetap terjaga.

b. Sajian makanan dan minuman bersih dan sehat

Pada objek wisata Pantai Bali Lestari disediakan beberapa tempat makanan dan minuman. Makanan dan minuman yang disajikan bersih dan sehat.

c. Penggunaan dan penyajian alat perlengkapan yang bersih

Pada objek wisata Pantai Bali Lestari disediakan perlengkapan yang bersih seperti sendok, piring, tempat tidur, alat olah raga dan perlengkapan lainnya.

d. Penampilan Petugas

Penampilan petugas pada objek wisata Pantai Bali Lestari bersih, rapi, dan tidak mengeluarkan bau tidak sedap dan lain sebagainya.

2.1.5.2 Daya Tarik Wisata

Menurut Yoeti daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu (Utama, M.A. 2017 : 142). 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. Menurut Spillane Daya tarik pariwisata adalah hal-hal yang menarik perhatian wisatawan yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata. Adapun indikator dari daya tarik wisata adalah keunikan, keindahan, keanekaragaman, dan atraksi wisata.

a. Keunikan

Pada lokasi wisata Pantai Bali Lestari ini terdapat keunikan-keunikan tersendiri dan berbeda dengan pantai lainnya. Keunikan pantai adalah ketika berada di pantai ini, sejauh mata memandang yang akan terlihat hanyalah perairan yang membentang di laut lepas. Hal ini juga yang menjadi dasar meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari.

b. Keindahan

Keindahan yang terdapat di Pantai Bali Lestari adalah yaitu air pantai yang cukup jernih, pasir pantai yang putih membentang dari timur ke barat, ombak yang tidak terlalu besar, sehingga aman untuk bermain bersama anak-anak dan keluarga.

c. Keanekaragaman

Terdapat berbagai macam hasil buatan tangan manusia seperti lukisan yang dengan bentuk budaya Bali. Disediakkannya tempat duduk dengan memberikan alas atau tikar sebagai tempat istirahat yang nyaman bagi wisatawan. Adanya taman bermain anak sehingga dapat dijadikan tempat yang cocok untuk berwisata dengan keluarga.

d. Atraksi Wisata

Atraksi wisata yang berada di pantai Bali Lestari adalah *banana boat*, taman bermain anak, dan perahu, sehingga wisatawan dapat betah saat berada di lokasi karena dapat bermain dengan atraksi wisata yang berada di pantai Bali Lestari Tersebut.

2.1.5.3 Kuliner

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-masakan 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.

Adapun indikator yang mempengaruhi wisatawan terhadap produk kuliner menurut Mangifera, Isa, Wajdi (2018 : 19) yaitu Harga, Kualitas Makanan dan Minuman dan Lokasi.

a. Harga

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

b. 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.

c. Lokasi

Strategi lokal / 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 aktivitas masyarakat. Karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi / tempat akan berpengaruh besar pada kelangsungan hidup pemilik rumah makan.

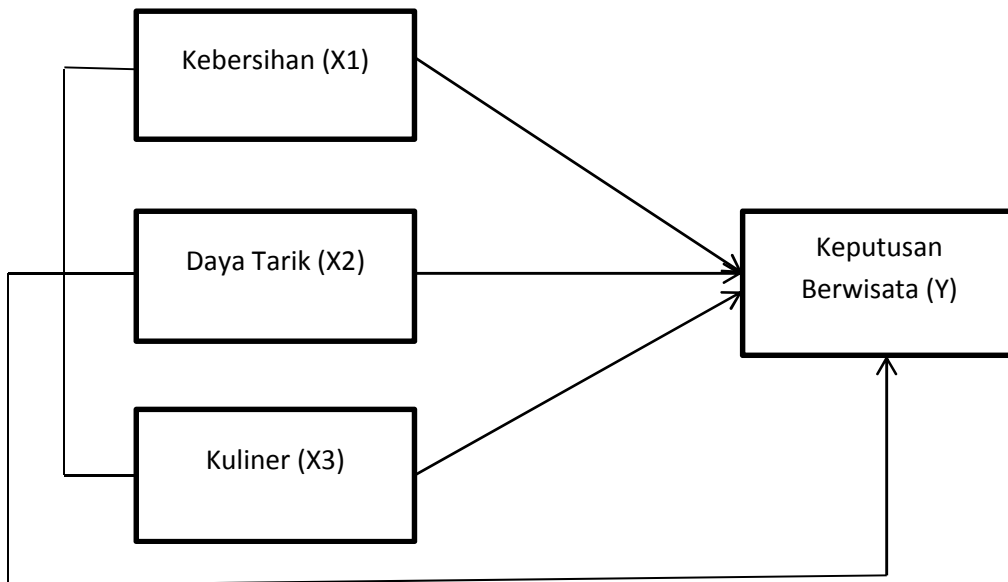
2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

N0	Nama, Judul , Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
1	Sigit Putranta Ginting (2007), Skripsi: Faktor- faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Destinasi Permandian Air Panas di Berastagi	X1 : Kebersihan X2 : Keamanan X3 : Kenyamanan X4 : Keindahan Alam X5 : Keramahan X6 : Keunikan X7 : Harga Y : Kepuasan Wisatawan	Semua variabel berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Dengan nilai tertinggi kepuasan adalah variabel keindahan alam dan rata-rata terendah kepuasan adalah keramahan petugas.
2	Sopyan, (2015), Skripsi: Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung di Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu.	X1: Daya Tarik Wisata X2: Kualitas Pelayanan Y : Kepuasan Pengunjung	Daya tarik produk wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Kualitas pengunjung berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang
3	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 Wisatawan	Semua variabel mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan kota Berastagi.

2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1

Kerangka Berpikir

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis ini merupakan dugaan sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Dari permasalahan masalah, tujuan penelitian, landasan teori yang telah dituangkan dalam kerangka pemikiran, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

1. Kebersihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwisata di Pantai Bali Lestari.
2. Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwisata di Pantai Bali Lestari.
3. Kuliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwisata di Pantai Bali Lestari.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis 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 Bali Lestari Kabupaten Serdang Bedagai. Waktu penelitian ini dilakukan mulai bulan Oktober sampai dengan selesai.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono 2016:80). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah berkunjung ke Pantai Bali Lestari.

Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi (Kuncoro 2013:118) Kajian penelitian untuk kelas bisnis dan manajemen memberikan syarat dalam pengambilan ukuran sampel minimal, yaitu: Penelitian korelasi, jumlah sampel minimum adalah 30 sample. Kriteria yang ditetapkan penulis untuk pemilihan sampel penelitian ini adalah wisatawan yang sedang berada di lokasi Pantai Bali Lestari. Berdasarkan kajian penelitian di atas, maka penulis mengambil sampel sebanyak 50 orang agar lebih akurat untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berwisata di Pantai Bali Lestari .

3.4 Metode Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, menurut ahli, yaitu Kuncoro (2013) dalam teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah dari salah satu desain sampel nonprobabilitas yaitu *purposive sampling*, dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa

karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian. Adapun kriteria responden nya adalah Wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Pantai Bali Lestari sebanyak 2 kali.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Data yang diperoleh dalam penelitian ini di dapatkan langsung dari pengisian yang ditujukan kepada responden. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Juli 2020.

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 lekert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument 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 Instrumen Penelitian

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
Kebersihan (X1)	Bersih merupakan suatu keadaan/kondisi lingkungan yang menampilkan suasana bebas dari kotoran, sampah, limbah, penyakit dan pencemaran (Yunita Engriani 2015).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan yang bersih 2. Sajian makanan dan minuman bersih dan sehat. 3. Penggunaan dan penyajian alat perlengkapan yang bersih 4. Penampilan petugas bersih 	Skala Likert
Daya tarik (X2)	Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu". (I Gusti Bagus Rai Utama 2017 : 142).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunikan 2. Keindahan 3. Keanekaragaman 4. Atraksi 	Skala Likert
Kuliner (X3)	Kuliner adalah berasal dari komoditas yang berkaitan dengan masak-masakan dan kegiatan mengonsumsi pangan. kuliner bisa dimaknai sebagai pola pemakaian yang berdasarkan pada	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga 2. Kualitas makanan dan minuman 3. Lokasi 	Skala Likert

Variabel	Defenisi variable	Indikator	Ukuran
	pangan atau hidangan.(Pangestuti 2017 : 155).		
Keputusan Berwisata (Y)	Mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. (Sangadji dan Sopiah 2014).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan Produk/Jasa 2. Pemilihan Merek 3. Pemilihan Perantara/Saluran Pemesanan 4. Pemilihan Waktu Berkunjung 5. Pemilihan jumlah Pemesanan 6. Metode Pembayaran 	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. Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor yang ingin diukur, yaitu dengan menggunakan *coefficient correlation pearson* dalam SPSS. Jika dinilai signifikansi (P Value) > 0,05, maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan, apabila nilai signifikan (P Value) < 0,05, maka terjadi hubungan yang signifikan.

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.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai cronbach alpha (α). suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha (α) $> 0,6$ yaitu bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda dengan menghasilkan kesimpulan yang sama. tetapi sebaliknya bila $\alpha < 0,6$ maka dianggap kurang handal, artinya bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

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 heteroskedastisitas. 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 dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik mempunyai distribusi yang normal atau mendekati normal. 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 heteroskedasitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedasitas dengan cara melihat grafik scatterplot dan prediksi variabel dependen dengan residunya.

3.9.3 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan adanya multikolinieritas. Salah satu metode untuk mendiagnosa adanya *multicollinearity* adalah dengan menganalisis nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi, karena $VIF = 1/tolerance$. Nilai *cutoff* yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance kurang dari 0.1 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 10.

3.10 Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Berganda. Analisis regresi merupakan suatu teknik untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*). Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti untuk mengetahui atau meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen. Peneliti memilih 3 variabel independen yaitu kebersihan, daya tarik dan kuliner.

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

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

Keterangan :

Y = Keputusan Berwisata e = Galat (*distrubance error*)

x_1 = Kebersihan b_1 = Koefisien Regresi Kebersihan

x_2 = Daya tarik b_2 = Koefisien Regresi Daya Tarik

$x_3 = \text{Kuliner}$

$b_3 = \text{Koefisien Regresi Kuliner}$

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

3.10.1 Uji Parsial (uji-T)

Uji – t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

H_0 : Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (Kebersihan wisata, Daya tarik wisata, Kuliner) terhadap variabel terikat (Keputusan Berwisata).

H_1 : Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (Kebersihan wisata, Daya tarik wisata, Kuliner) terhadap variabel terikat (Keputusan Berwisata).

Rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{(1-r^2)}$$

Kriteria pengambilan keputusan :

- H_0 ditolak dan H_1 diterima : bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas signifikan (p-value) dari $< \alpha = 0,05$.
- H_0 diterima dan H_1 ditolak : bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas tidak signifikan (p-value) $> \alpha = 0,05$

3.10.2 Uji Simultan (uji-F)

Uji-F: Merupakan uji serentak atau mengetahui variabel bebas (Kebersihan wisata, Daya tarik wisata, Kuliner) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terkait (Keputusan Berwisata).

H_0 : tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (Kebersihan wisata, Daya tarik wisata, Kuliner) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Keputusan Berwisata)

H_1 : terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (Kebersihan wisata, Daya tarik wisata, Kuliner) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Keputusan Berwisata)

Rumus:

$$F_n = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

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 $t > \alpha = 0,05$

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar memberikan penjelasan variabel bebas (Kebersihan, Daya Tarik Wisata, dan Kuliner) terhadap variabel terikat (Keputusan Berwisata). 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*.

Rumus:

$$K_d = R^2 \times 100\%$$

