

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan sebuah negara maritim yang dikelilingi dengan lautan terluas di dunia dengan luas perairan sebesar 6.400.000 km² dan panjang garis pantai 108.000 km. Secara geografis wilayah Indonesia dikelilingi pulau-pulau kecil, teluk, selat dan garis pantai, dengan keadaan geografis tersebut Indonesia memiliki potensi besar akan wisata bahari. Kawasan pariwisata nasional dan pelaksanaan kebijakan di bidang Pembangunan, perintisan daya tarik wisata dalam rangka pertumbuhan destinasi pariwisata nasional dan pengembangan daerah serta peningkatan kualitas daya saing pariwisata di atur dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 Tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata Tahun Anggaran 2022. Pasal 1 angka 3 Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, Pemerintah & Pemerintah Daerah.

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi yang memiliki oleh garis pantai yang cukup luas dengan garis pantai 1.105 km yang membentuk 4 pesisir yaitu Pantai Bara dengan garis pantai sepanjang 221 km, Teluk Semaka dengan garis pantai sepanjang 200 km, Selat Sunda dengan garis pantai sepanjang 160 km, dan Pantai Timur dengan garis pantai sepanjang 270 km. Provinsi memiliki banyak pilihan objek wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung, diantaranya wisata bahari, wisata sejarah, wisata kuliner, wisata belanja, dan wisata pertanian yang tersebar di seluruh wilayah Provinsi Lampung. Berikut merupakan data jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Lampung pada periode 2020-2022

Tabel 1. 1
Data Kunjungan Wisatawan Provinsi Lampung Tahun 2020-2022

NO	Tahun	Jumlah Wisatawan
1	2020	2.911.406
2	2021	2.937.395
3	2022	4.597.534

Sumber: BPS Provinsi Lampung, 2020-2022

Berdasarkan Data Pada Tabel 1.1 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Lampung dari periode 2020 sampai 2022 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2020 jumlah wisatawan yang berkunjung sebanyak 2.911.406 jiwa, kemudian pada tahun 2021 mengalami peningkatan jumlah persentase 1% jumlah pengunjung menjadi 2.937.395 jiwa. Pada tahun 2022 mengalami peningkatan drastis dengan persentase mencapai 57% dan jumlah angka sebanyak 4.597.534 jiwa. Berdasarkan data yang telah di kumpulkan oleh dinas pariwisata dan Badan Pusat Statistik (BPS) provinsi lampung menjadi salah satu tujuan destinasi paling banyak dikunjungi wisatawan untuk berkunjung yaitu wisata bahari dan terdapat beberapa wisata lain seperti, wisata kuliner, wisata Sejarah dll

Tabel 1. 2
Persentase 8 provinsi Yang Paling Diminati Wisatawan

No	Provinsi	Persentase responden
1	Bali	52%
2	D.I Yogyakarta	37%
3	Jakarta	30%
4	Lampung	6%
5	Jawa Barat	4%
6	Jawa timur	3%

7	Jawa Tengah	2%
8	Sulawesi selatan	2%

Sumber : www.validnews.com

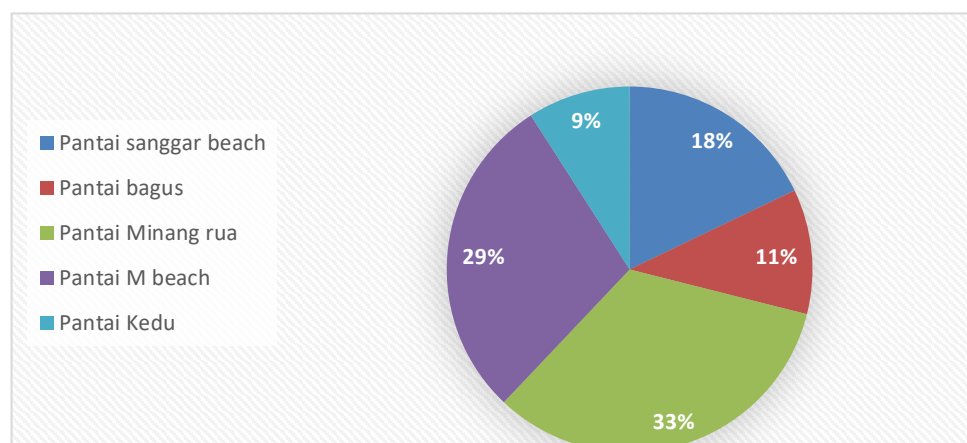
Kabupaten Lampung Selatan Beribukota di Kalianda Lampung Selatan kabupaten yang ada di bagian selatan provinsi Lampung. Menjadikan Lampung Selatan memiliki sumber potensi di bidang wisata bahari. dalam hal ini kabupaten lampung selatan memiliki 43 objek wisata bahari terletak di pesisir pantai, dari 43 objek wisata bahari yang ada di Kabupaten lampung selatan, terdapat enam lokasi objek wisata unggulan yang menjadi prioritas pemerintah Kabupaten Lampung Selatan, diantaranya. Pantai sanggar beach, pantai bagus, pantai minang rua, pantai mbeach, dan pantai kedu, ke lima pantai tersebut banyak dikunjungi wisatawan lokal maupun manca negara. Berikut data jumlah wisatawan yang mengunjungi ke enam pantai tersebut :

Tabel 1. 3
Jumlah Pengunjung Dari ke 5 Pantai

NO	Nama Pantai	Jumlah Wisatawan	Persentase
1	Pantai Sanggar Beach	20.348	18%
2	Pantai Bagus	12.559	11%
3	Pantai Minang Rua	37.671	33%
4	Pantai Mbeach	32.813	29%
5	Pantai Kedu	10.324	9%

Sumber : BPS Lampung Selatan 2022-2023

Berdasarkan Tabel 1.2 menguraikan jumlah pengunjung ke 5 pantai secara rinci, sementara grafik perbandingan mengilustrasikan data tersebut dalam format visual yang membandingkan kunjungan ke masing-masing pantai secara lebih jelas dan intuitif. Tabel 1.2 menampilkan angka-angka spesifik, sementara pada grafik perbandingan memvisualisasikan perbedaan relatif antara jumlah pengunjung di kelima pantai dengan lebih mudah untuk dipahami secara visual. Kombinasi tabel dan grafik memungkinkan untuk menganalisis serta membandingkan popularitas setiap pantai berdasarkan jumlah pengunjung dengan lebih efisien dan efektif.



Gambar 1. 1 Data Perbandingan Jumlah Pengunjung Dari Ke-5 Pantai

Berdasarkan data presentase gambar 1.1 dapat dilihat bahwa persaingan 5 pantai dalam meraih pangsa pasar, pantai minang rua memperoleh pangsa pasar sebesar 33%, pantai mbeach memperoleh pangsa psar sebesar 29%, pantai sanggar beach memperoleh pangsa pasar 18%, pantai bagus memperoleh pangsa pasar sebesar 11% dan pantai kedu memperoleh pangsa pasar sebesar 9%. Dari kesimpulan diatas minang rua memiliki data pengunjung terbanyak dan data jumlah pengunjung terendah dimiliki oleh pantai kedu, kedua data tersebut dipengaruhi oleh sarana prasana dan letak geografis dan keindahan yang dimiliki objek wisata tersebut. Pantai sanggar beach tergolong sebagai wisata baru di kabupaten lampung selatan mampu memperoleh pangsa pasar 18% ditengah kompetitor ternama seperti pantai minang rua dan pantai mbeach, maka pantai sanggar beach sangat menarik untuk dijadikan penelitian.

Pantai sanggar beach berlokasi di Pusat Ibukota Kabupaten Lampung Selatan tepatnya di kota kalianda, jl nasrun gang sanggar, way urang, kecamatan kalianda. Pantai sanggar beach baru dibuka pada 1 mei 2022 oleh pengelola swasta, Pantai sanggar beach memiliki fasilitas café sanggar, café satu kosong, live music, musholla, gazebo, camping ground, atv, parkir, toilet. Pantai Sanggar Beach memiliki keistimewaan Pantai sanggar beach adalah lokasi yang tidak jauh dari bandar lampung dan dekat akses pintu tol kalianda sehingga wisatawan dari bandar lampung, Palembang bahkan Jakarta, Pantai sanggar beach kalianda memiliki daya tarik utama yaitu view garis pantai yang membentang, Sunset view, dan pemandangan gunung Rajabasa cocok untuk dijadikan spot angle spot foto, dan berbagai fasilitas fasilitas lainnya yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Berikut merupakan data Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Sanggar Beach periode 2022–2023

Tabel 1. 4
Data Kunjungan wisatawan Sanggar *Beach* Tahun
2022 - 2023

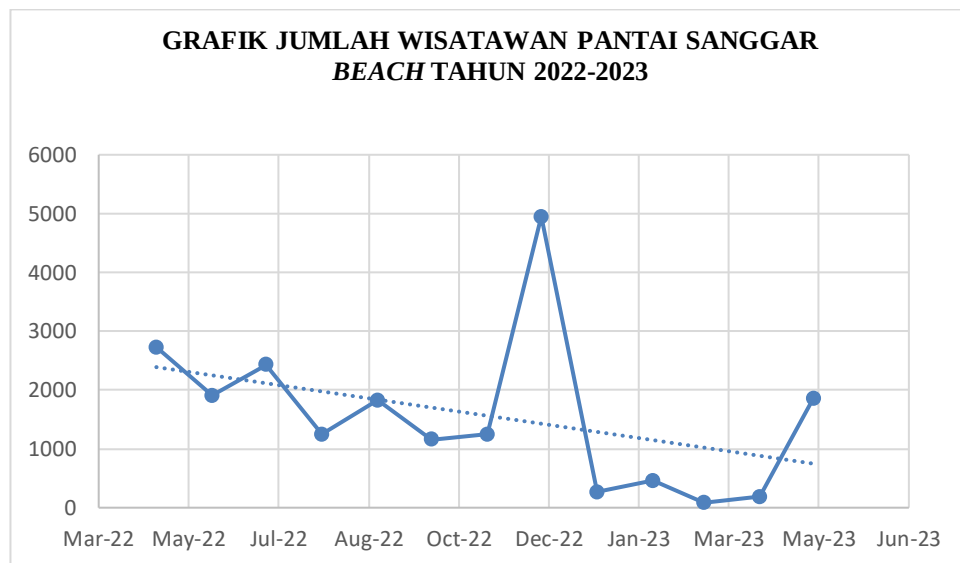
NO	Bulan/Tahun	Jumlah Wisatawan
1	Mei / 2022	2.727
2	Juni / 2022	1.906
3	Juli / 2022	2.431
4	Agustus / 2022	1.246
5	September / 2022	1.824
6	Oktober /2022	1.162
7	November / 2022	1.244
8	Desember / 2022	4.952
9	Januari / 2023	268
10	Februari / 2023	457
11	Maret / 2023	84
12	April / 2023	185
13	Mei / 2023	1.862
	Jumlah	20.348

Sumber : Dinas Pariwisata Lampung Selatan 2023-2024

Berdasarkan Tabel 1.3 Dinas Pariwisata mencatat Jumlah pengunjung objek wisata pantai sanggar beach kalianda tahun 2022 sampai 2023. Pada bulan mei jumlah wisatawan yang berkunjung sebesar 2.727 Jiwa. Pada bulan juni mengalami penurunan sebesar 821 jiwa dan mengalami kenaikan pada bulan juli sebanyak 525 jiwa, namun pada bulan agustus penurunan sebanyak 1.185 jiwa. Pada bulan September mengalami kenaikan sebesar 578 jiwa, pada bulan oktober terjadi penurunan sebanyak 662 jiwa. Pada bulan November terjadi kenaikan sebesar 82 jiwa. Pada bulan Desember terjadi kenaikan tertinggi sebesar 3708 jiwa, dan pada bulan januari mengalami

penurunan drastis sebanyak 4684 jiwa. Pada bulan Febuari terjadi kenaikan sebanyak 189 jiwa. Pada bulan Maret terjadi penurunan kembali sebanyak 343 jiwa. Pada bulan April terjadi peningkatan kembali sebanyak 101 jiwa. Pada bulan Mei terjadi peningkatan sebanyak 1677 jiwa.

Untuk melihat tren jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Sanggar Beach pada bulan Mei tahun 2022 sampai bulan Mei tahun 2023 disajikan pada grafik sebagai berikut:



Gambar 1. 2

Grafik Tren Jumlah Pengunjung Wisata Pantai Sanggar Beach Periode 2022–2023

Mengidentifikasi penurunan jumlah wisatawan, di pantai sanggar beach, peneliti melakukan observasi melalui wawancara kepada pengelola pantai sanggar beach, ibu Yustin sebagai owner dari pantai sanggar beach, hasil wawancara didapatkan informasi bahwa beragam strategi dilakukan oleh pengelola pantai sanggar beach untuk berkunjung diantaranya nya melalui sosial media, diantaranya Instagram, tiktok, facebook, twitter, menyediakan spot spot foto dll, harga tiket sesuai dengan fasilitas pelayanan yang ada.

Mengidentifikasi secara mendalam terhadap penurunan wisatawan yang terjadi di pantai sanggar beach, peneliti melakukan presurvey terhadap 30 wisatawan yang berkunjung pantai sanggar beach. Beberapa keluhan yang dirasakan oleh wisatawan saat berkunjung ke pantai sanggar beach diantaranya dirangkum dalam sebuah tabel pra survey kepada 30 responden. Adapun hasil pra survey dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1. 5

Tabel Pra survey keluhan wisatawan di pantai sanggar beach

No.	Keterangan
1	fasilitas juga lengkap tapi mahal saya yang masyarakat biasa terlalu mahal buat sewa gazebo 250rb
2	Pengunjung mengeluhkan harga makanan dan minumannya serba mahal
3	Fasilitas dan kebersihan mohon di tingkatkan lagi
4	Tidak ada plang pintu masuk ke pantai, sehingga pengunjung kesulitan mencari gang buat masuk ke pantai
5	Pantainya kurang luas, kalau rame tidak bagus buat spot foto
6	Cottage gardunya sedikit dan mahal
7	Kurangnya fasilitas kamar mandi dan kebersihan toilet membuat fasilitas pelayanan di Pantai Sanggar Beach tidak memadai.
8	Pengunjung merasa risih karena ada sampah di area pinggir pantai
9	Pengunjung merasa kewalahan jika hujan karena gardunya sedikit
10	Wahannya ditambah lagi agar menarik wisatawan
11	Minim adanya area perlindungan dari sinar matahari atau tempat berteduh membuat fasilitas pelayanan di Pantai Sanggar Beach tidak memadai.
12	Harga tiket masuknya murah, namun untuk jajan di dalam mahal
13	Selama kunjungan, fasilitas outbound selalu tutup
14	Pengunjung merasa toiletnya kurang bersih
15	Kurangnya fasilitas yang memadai agar pengunjung bisa merasa nyaman

Sumber: Data Pra Survey, 2023

Berdasarkan tabel 1.4 Presurvey keluhan wisatawan dipantai sanggar beach kalianda. Hasil presurvey dilakukan peneliti untuk mengidentifikasi penurunan jumlah kunjungan wisatawan di pantai sanggar beach sehingga mendorong wisatawan untuk tidak berkunjung dan merekomendasikan Pantai Sanggar Beach sebagai tempat berwisata. Berdasarkan hasil presurvey yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan pengalaman yang dirasakan didapatkan informasi terkait keluhan wisatawan atas ketidakpuasan setelah berkunjung pantai sanggar beach.

Keputusan berkunjung ke suatu objek wisata pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Dalam pariwisata, teori keputusan pembelian diasumsikan sebagai keputusan berkunjung, hal ini dikarenakan keputusan pembelian berkaitan dalam keputusan berkunjung (Lestari et al., 2023) Keputusan berkunjung ialah sebuah keputusan yang diambil oleh individu setelah mempertimbangkan beberapa faktor sebelum mengunjungi suatu destinasi wisata. Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa terdapat beberapa variabel yang mendorong berkunjung ke objek wisata, diantaranya variabel media sosial, daya tarik, harga tiket, fasilitas pelayanan dan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

Media sosial merupakan bentuk media yang berisi sumber-sumber online yang dihasilkan, dieksplorasi, dimanfaatkan dan disebar dengan maksud untuk mengedukasi orang lain (Indriyani & Suri, 2020). Oleh Karena itu media sosial adalah alat yang dapat menampilkan berbagai informasi (Lontoh et al., 2020). Dengan demikian media sosial dapat digunakan untuk memberikan informasi-informasi yang dapat disebar untuk kepentingan atau keperluan bagi pengguna media sosial maka media sosial juga dapat digunakan untuk menarik dan membantu pengunjung untuk mengambil sebuah keputusan untuk berkunjung maka media sosial dapat mempengaruhi keputusan berkunjung hal ini disebabkan media sosial dapat membantu meningkatkan eksposur dalam penelitian (Indriyani & Suri,

2020). Hubungan antar ada hubungannya dengan kepuasan konsumen dalam Penelitian sejenis dilakukan (Paruntu et al., 2021) bahwa ada pengaruh media Sosial terhadap kepuasan konsumen. Maka perbedaan hasil penelitian dilakukan oleh (Agustina et al., 2022) ,menunjukkan hasil media sosial tidak berpengaruh terhadap kepuasan

Daya tarik wisata merupakan suatu kekuatan atau pengaruh yang diberikan oleh suatu obyek atau lokasi wisata, yang dapat mempengaruhi wisatawan sehingga tertarik untuk mengunjungi dan menyenangkan lokasi tersebut (Ratnaningtyas & Asmaniati, 2022). Daya tarik wisata yang menarik wisata atau konsumen untuk mengunjungi suatu objek, keindahan dan kebutuhan wisatawan (Nurbaeti et al., 2021). Hubungan antar variabel yang menunjukkan Daya Tarik ada hubungannya dengan keputusan berkunjung dalam Penelitian yang dilakukan oleh (Syafitri & Ezizwita, 2023) menunjukkan bahwa daya tarik berpengaruh positif terhadap Keputusan pengunjung. Perbedaan hasil penelitian dilakukan oleh (Utama, 2020) menunjukkan hasil daya tarik tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Penelitian analisis daya tarik wisata, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening yang dilakukan oleh penelitian terdahulu Hubungan antar variabel yang menunjukkan Daya tarik ada hubungannya dengan kepuasan konsumen dalam Penelitian sejenis dilakukan (Indriastuty et al., 2020) bahwa variabel Daya Tarik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan hasil penelitian dilakukan oleh (Erowin et al., 2023) menunjukkan hasil daya tarik tidak berpengaruh terhadap kepuasan

Harga merupakan alat tukar dan menjadi bagian penting bagi produsen atau perusahaan dan harga adalah sebuah nilai dari sebuah barang maupun jasa yang didapat dari pihak penjual. Harga tiket adalah yang ditukarkan untuk tiket (Tina Rahmadayanti & Kholid Murtadlo, 2020) Pada bidang pariwisata minat berwisata dapat dipengaruhi oleh harga tiket yang ditawarkan,

wisatawan akan memperhitungkan harga tiket sebelum mengunjungi objek wisata selain itu wisatawan akan memperhitungkan benefit atau keuntungan dari harga tiket yang didapatnya pernyataan ini didukung oleh (Wardhana, 2021). Hubungan antar variabel yang menunjukkan Harga ada hubungannya dengan keputusan berkunjung dalam Penelitian yang dilakukan oleh (Sophian & Irfan, 2023) Menunjukkan bahwa Harga Tiket berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Perbedaan hasil penelitian dilakukan oleh (Octafian et al., 2023) menunjukkan hasil daya tarik tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hubungan antar variabel yang menunjukkan Harga tiket ada hubungannya dengan keputusan berkunjung dalam Penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh (Utama, 2020) Menunjukkan bahwa Harga Tiket berpengaruh kepuasan konsumen. Perbedaan hasil penelitian dilakukan oleh (Nugroho & Tjahjaningsih, n.d.) menunjukkan hasil Harga Tiket tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak pengelola untuk mendukung kenyamanan pengunjung (Hafizah Febiola & Hijriyantomi Suyuthie, 2023) Adapun fasilitas wisata merupakan perlengkapan dari wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang diperlukan agar wisatawan menikmati perjalanan wisata (Nurbaeti et al., 2021). Hubungan antar variabel yang menunjukkan media sosial ada hubungannya dengan keputusan berkunjung dalam Penelitian yang dilakukan oleh (Syafitri & Ezizwita, 2023) Menunjukkan bahwa Fasilitas pelayanan memiliki Berpengaruh Keputusan berkunjung. Perbedaan hasil penelitian dilakukan oleh (Murdani & Martha, n.d.) menunjukkan hasil Fasilitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hubungan antar variabel yang menunjukkan Fasilitas Pelayanan ada hubungannya dengan keputusan berkunjung dalam Penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh (Jayanti & Yulianthini, 2022) Menunjukkan bahwa Fasilitas Pelayanan berpengaruh terhadap

kepuasan konsumen. Perbedaan hasil penelitian dilakukan oleh (Taning et al., 2022) menunjukkan hasil Harga Tiket tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Kepuasan adalah hasil dari penilaian yang dilakukan oleh konsumen dengan hasil yang dirasakan bahwa produk yang dibeli memiliki kualitas diatas haarapan. Sedangkan Kepuasan pengunjung sangat penting bagi tujuan wisata (Indriastuty et al., 2020). Artinya, pengunjung yang puas dapat mengunjungi kembali suatu destinasi atau memberikan rekomendasi kepada orang lain, tetapi pengunjung yang tidak puas dapat mengajukan opini negatif tentang suatu destinasi agar dapat merusak reputasi pasarnya (Nilashi et al., 2022) maka kepuasan konsumen menjadi nilai yang sangat penting untuk sebuah perusahaan dapat berkembang.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Sanggar Beach dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis kemukakan diatas, Maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap keputusan berkunjung di Pantai Sanggar *Beach*?
2. Bagaimana pengaruh daya tarik terhadap keputusan berkunjung di Pantai Sanggar *Beach*?
3. Bagaimana pengaruh Fasilitas Pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Sanggar *Beach*?
4. Bagaimana pengaruh Harga Tiket terhadap keputusan berkunjung di Pantai Sanggar *Beach*?

5. Bagaimana pengaruh Kepuasan konsumen terhadap keputusan berkunjung di Pantai Sanggar Beach?
6. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Sanggar Beach?
7. Bagaimana pengaruh daya tarik terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung di Pantai Sanggar Beach?
8. Bagaimana pengaruh Harga Tiket terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung di Pantai Sanggar Beach?
9. Bagaimana pengaruh Fasilitas Pelayanan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung di Pantai Sanggar Beach?
10. Bagaimana pengaruh Media sosial terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening
11. Bagaimana pengaruh Daya Tarik terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening
12. Bagaimana pengaruh Harga Tiket terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening
13. Bagaimana pengaruh Fasilitas Pelayanan terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening

1.3 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

1.3.1 Bagi Penulis

Menambah Pengetahuan dan pengalaman penulis yang berhubungan dengan keputusan berkunjung di pantai sanggar beach dan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening serta mengembangkan kemampuan penulis yang di peroleh selama perkuliahan dan menjadi bahan pembelajaran untuk melangkah ke jenjang selanjutnya.

1.3.2 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pengelola objek wisata dan pemerintah dalam memperhatikan keputusan berkunjung ke Pantai Sanggar beach dan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening.

1.3.3 Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah refrensi Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Darmajaya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui apakah media sosial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Pantai Sanggar *Beach*?
2. Untuk Mengetahui apakah terdapat daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Pantai Sanggar *Beach*?
3. Untuk Mengetahui apakah Fasilitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Pantai Sanggar *Beach*?
4. Untuk Mengetahui apakah Harga Tiket berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Pantai Sanggar *Beach*?
5. Untuk Mengetahui Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan berkunjung
6. Untuk Mengetahui apakah media sosial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Sanggar Beach?
7. Untuk Mengetahui apakah daya tarik berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung di Pantai Sanggar Beach?
8. Untuk Mengetahui apakah Harga Tiket berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung di Pantai Sanggar Beach?
9. Untuk Mengetahui apakah Fasilitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung di Pantai Sanggar Beach?
10. Untuk Mengetahui apakah Media sosial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan konsumen sebagai variabel

intervening

11. Untuk Mengetahui apakah Daya Tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening
12. Untuk Mengetahui apakah Harga Tiket berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening
13. Untuk Mengetahui apakah Fasilitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah:

1.5.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata pantai Sanggar Beach.

1.5.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek ini penelitian ini adalah keputusan berkunjung pada wisatawan.

1.5.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah objek wisata pantai Sanggar Beach.

1.5.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini didasarkan pada perkiraan kebutuhan penelitian yang dilakukan 26 april 2023 s/d 26 juli 2023.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah pemahaman dan gambaran kepada pembaca tentang penelitian yang diuraikan tiap bab sebagai berikut:

1.6.1 Bab 1 Pendahuluan

Pada Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan mengenai “Pengaruh media sosial, daya tarik, harga tiket dan fasilitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Sanggar Beach dan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening.

1.6.2 Bab II Landasan teori

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang mendukung dalam penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.6.3 Bab III Metode Penelitian

Pada Bab ini berisi tentang metode yang digunakan dalam penelitian, populasi, sampel, sumber data, variable penelitian, operasional variabel, teknik analisis data uji persyaratan instrument, metode analisis data, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

1.6.4 Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti berdasarkan pada teori dan metode pada bab II dan bab III.

1.6.5 Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis dan diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak terkait dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN