

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptif data adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain :

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Gambaran umum mengenai pengunjung Pantai Sari Ringgung berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	41	41,0	41,0	41,0
	Perempuan	59	59,0	59,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa pengunjung Pantai Sari Ringgung paling banyak adalah perempuan sebanyak 59 orang atau 59,0%.

2. Usia Responden

Gambaran umum mengenai pengunjung Pantai Sari Ringgung berdasarkan usia pada saat pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	17	17,0	17,0	17,0
	20-<25	64	64,0	64,0	81,0
	25-<30	11	11,0	11,0	92,0
	>30	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah,2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa usia pengunjung Pantai Sari Ringgung paling banyak pada rentang usia antara 20 - <25 tahun sebanyak 64 orang atau 64,0%.

3. Pendidikan Terakhir

Gambaran umum mengenai pendidikan terakhir pengunjung Pantai Sari Ringgung saat pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	3	3,0	3,0	3,0
	SMP	18	18,0	18,0	21,0
	SMA	58	58,0	58,0	79,0
	Sarjana	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah,2017

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa pendidikan terakhir yang di tempuh oleh pengunjung Pantai Sari Ringgung adalah SMA sebanyak 58 orang atau 58,0%.

4. Pekerjaan

Gambaran umum mengenai pekerjaan pengunjung Pantai Sari Ringgung adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Negri	5	5,0	5,0	5,0
	Wirausaha	8	8,0	8,0	13,0
	Mahasiswa	44	44,0	44,0	57,0
	Lain-lain	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa pekerjaan pengunjung Pantai Sari Ringgung adalah Mahasiswa sebanyak 44 orang atau 44,0%.

5. Penghasilan

Gambaran umum mengenai penghasilan pengunjung Pantai Sari Ringgung adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5 Penghasilan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1jt	40	40,0	40,0	40,0
	1jt-<5jt	45	45,0	45,0	85,0
	5jt-<10jt	10	10,0	10,0	95,0
	>10jt	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa penghasilan pengunjung Pantai Sari Ringgung bekisar antara Rp. 1.000.000 - <Rp. 5.000.000 yaitu 45 responden atau 45,0%.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban tentang variabel Fasilitas, Harga dan Promosi yang disebarkan kepada 100 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Fasilitas (X1)

NO	DAFTAR PERNYATAAN	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Pantai Sari Ringgung memiliki fasilitas yang lengkap	9	9,0	57	57,0	32	32,0	2	2,0	0	0
2.	Fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung terjaga kebersihannya	6	6,0	51	51,0	38	38,0	4	4,0	1	1,0

Tabel 4.6 (Lanjutan)

NO	DAFTAR PERNYATAAN	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
3.	Fasilitas yang ada di pantai sari ringgung tertata rapi	10	10,0	58	58,0	30	30,0	2	2,0	0	0
4.	Kondisi fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung memadai	16	16,0	50	50,0	32	32,0	2	2,0	0	0
5	Fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung berfungsi dengan baik	16	16,0	50	50,0	32	32,0	2	2,0	0	0
6.	Fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung mudah digunakan	13	13,0	58	58,0	26	26,0	2	2,0	1	1,0
7	Fasilitas yang ada di sari ringgung di lengkapi dengan alat penunjang	8	8,0	54	4,0	37	37,0	1	1,0	0	0
8	Alat yang di gunakan untuk menunjang fasilitas sesuai dengan spesifikasinya	5	5,0	65	65,0	28	28,0	2	2,0	0	0

Sumber : Data diolah,2018

Berdasarkan tabel 4.6 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 4 dan 5 yaitu Kondisi fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung memadai dan Fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung berfungsi dengan baik dengan jumlah responden masing-masing sebanyak 16 responden atau 16,0% dan yang terkecil pada pernyataan 8 yaitu Alat yang di gunakan untuk menunjang fasilitas sesuai dengan spesifikasinya dengan jumlah responden sebanyak 5 responden atau 5,0%.

Jawaban setuju pada tabel di atas yang terbesar terdapat pada pernyataan 8 yaitu Alat yang di gunakan untuk menunjang fasilitas sesuai dengan spesifikasinya dengan jumlah responden sebanyak 65

responden atau 65,0% dan yang terkecil pada pernyataan 4 dan 5 yaitu Kondisi fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung memadai dan Fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung berfungsi dengan baik dengan jawaban sebesar 50 responden atau 50,0%.

Jawaban kurang setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu Fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung terjaga kebersihannya dengan jumlah 38 responden atau 38,0% dan yang terkecil pada pernyataan 6 yaitu Fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung mudah digunakan dengan jumlah responden sebanyak 26 responden atau 26,0%. Jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu Fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung terjaga kebersihannya dengan jumlah 4 responden atau 4,0% dan yang terkecil pada pernyataan 7 yaitu Fasilitas yang ada di sari ringgung di lengkapi dengan alat penunjang dengan jumlah responden sebanyak 1 responden atau 1,0%. Jawaban sangat tidak setuju dari tabel diatas yang terdapat pada pernyataan 2 dan 6 dengan masing-masing hanya 1 responden atau 1,0% dan Pernyataan yang lainnya tidak ada yang menjawab.

Tabel 4.7 Hasil Jawaban Kuisisioner Variabel Harga (X2)

NO	DAFTAR PERNYATAAN	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Harga yang ditawarkan oleh Pantai Sari Ringgung terjangkau	19	19,0	1	1,0	6	6,0	4	4,0	0	0
2.	Harga yang ditawarkan oleh Pantai Sari Ringgung termasuk dalam taraf wajar untuk tempat wisata sejenis	4	4,0	4	4,0	7	7,0	5	5,0	0	0
3.	Harga yang ditawarkan oleh Pantai Sari Ringgung sesuai dengan kualitas yang ditawarkan	8	8,0	6	6,0	3	3,0	3	3,0	0	0
4.	Harga yang ditawarkan oleh Pantai Sari Ringgung sesuai dengan manfaat yang di dapat	9	9,0	53	53,0	4	4,0	4	4,0	0	0

Sumber : Data diolah,2018

Berdasarkan tabel 4.7 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 1 dan 4 yaitu Harga yang ditawarkan oleh Pantai Sari Ringgung terjangkau dan Harga yang ditawarkan oleh Pantai Sari Ringgung sesuai dengan manfaat yang di dapat dengan jumlah responden masing-masing sebanyak 19 responden atau 19,0% dan yang terkecil pada pernyataan 2 yaitu Harga yang ditawarkan oleh Pantai Sari Ringgung termasuk dalam taraf wajar untuk tempat wisata sejenis dengan jumlah responden sebanyak 14 responden atau 14,0%. Jawaban setuju pada tabel di atas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu Harga yang ditawarkan oleh Pantai Sari Ringgung sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dengan jumlah 56 responden atau 56,0% dan yang terkecil pada

pernyataan 1 yaitu Harga yang ditawarkan oleh Pantai Sari Ringgung terjangkau dengan jumlah 51 responden atau 51,0%.

Jawaban kurang setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu Harga yang ditawarkan oleh Pantai Sari Ringgung termasuk dalam taraf wajar untuk tempat wisata sejenis dengan jumlah 27 responden atau 27,0% dan yang terkecil pada pernyataan 3 yaitu Harga yang ditawarkan oleh Pantai Sari Ringgung sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dengan jumlah 23 responden atau 23,0%. Jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 2 yaitu Harga yang ditawarkan oleh Pantai Sari Ringgung termasuk dalam taraf wajar untuk tempat wisata sejenis dengan jumlah 5 responden atau 5,0% dan yang terkecil pada pernyataan 3 yaitu Harga yang ditawarkan oleh Pantai Sari Ringgung sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dengan jumlah responden sebanyak 3 responden atau 3,0%. Jawaban sangat tidak setuju dari tabel diatas tidak terdapat satupun responden yang menjawab, dari semua pernyataan yang ada.

Tabel 4.8 Hasil Jawaban Kuisisioner Variabel Promosi (X3)

NO	DAFTAR PERNYATAAN	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Iklan melalui sosial media yang dilakukan Pantai sari ringgung dapat di terima dengan baik	7	7,0	50	50,0	38	38,0	5	5,0	0	0
2.	Saya tertarik untuk berkunjung ke Pantai sari ringgung karena Paket wisata yang ditawarkan	11	11,0	48	48,0	38	38,0	3	3,0	0	0
3.	Saya tertarik dengan berbagai kegiatan sosial yang dilakukan oleh pantai sari ringgung	8	8,0	53	53,0	37	37,0	2	2,0	0	0
4.	Saya tertarik dengan penjualan langsung yang dilakukan oleh pengelola pantai sari ringgung	4	4,0	57	57,0	34	34,0	5	5,0	0	0
5.	Pemasaran langsung yang dilakukan oleh pengelola pantai sari ringgung melalui telpon, watshap, dan media lainnya dapat saya terima dengan baik	7	7,0	58	58,0	30	30,0	5	5,0	0	0

Sumber ; Data diolah,2018

Berdasarkan tabel 4.8 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 2 yaitu Saya tertarik untuk berkunjung ke Pantai sari ringgung karena Paket wisata yang ditawarkan dengan jumlah responden sebanyak 11 responden atau 11,0% dan yang terkecil pada pernyataan 4 yaitu Saya tertarik dengan penjualan langsung yang dilakukan oleh pengelola pantai sari ringgung dengan jumlahres ponden sebanyak 4 responden atau 4,0%. Jawaban setuju pada tabel di atas yang terbesar terdapat pada pernyataan 5 yaitu Pemasaran langsung yang dilakukan oleh pengelola pantai sari ringgung melalui telpon, watshap, dan media lainnya dapat saya

terima dengan baik dengan jumlah 58 responden atau 58,0% dan yang terkecil pada pernyataan 2 yaitu Saya tertarik untuk berkunjung ke Pantai sari ringgung karena Paket wisata yang ditawarkan dengan jumlah responde sebanyak 48 responden atau 48,0%.

Jawaban kurang setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 dan 2 yaitu Iklan melalui sosial media yang dilakukan Pantai sari ringgung dapat di terima dengan baik dan Saya tertarik untuk berkunjung ke Pantai sari ringgung karena Paket wisata yang ditawarkan dengan jumlah masing-masing 38 responden atau 38,0% dan yang terkecil pada pernyataan 5 yaitu Pemasaran langsung yang dilakukan oleh pengelola pantai sari ringgung melalui telpon, watshap, dan media lainnya dapat saya terima dengan baik dengan jumlah 30 responden atau 30,0%. Jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1, 4 dan 5 dengan jumlah masing-masing 5 responden atau 5,0% dan yang terkecil pada pernyataan 3 yaitu Saya tertarik dengan berbagai kegiatan sosial yang dilakukan oleh pantai sari ringgung dengan jumlah 2 responden atau 2,0%. Jawaban sangat tidak setuju dari tabel diatas tidak terdapat satupun responden yang menjawab, dari semua pernyataan yang ada.

Tabel 4.9 Hasil Jawaban Kuisisioner Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

NO	DAFTAR PERNYATAAN	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Saya membutuhkan objek wisata pantai sari ringgung untuk berekreasi	18	18,0	67	67,0	15	15,0	0	0	0	0
2.	Saya membutuhkan objek wisata pantai sari ringgung untuk mengisi waktu libur	16	16,0	66	66,0	17	17,0	1	1,0	0	0
3.	Saya mengetahui objek wisata pantai sari ringgung setelah melihat iklan	4	4,0	42	42,0	44	44,0	10	10,0	0	0
4.	Pantai sari ringgung memiliki banyak fasilitas yang di tawarkan dibandingkan tempat wisata sejenis	6	6,0	63	63,0	26	6,0	5	5,0	0	0
5.	Saya memutuskan berkunjung ke pantai sari ringgung setelah mengetahui kelebihan yang di tawarkan oleh pantai sari ringgung	16	6,0	61	61,0	21	1,0	1	1,0	1	1,0
6.	Saya merasa yakin memilih berkunjung ke pantai sari ringgung sebagai pilihan yang tepat dalam berwisata	11	1,0	65	65,0	19	19,0	4	4,0	1	1,0
7.	Pantai sari ringgung merupakan tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan saya	16	6,0	52	2,0	29	29,0	3	3,0	0	0
8.	Saya merasa puas setelah berkunjung ke pantai sari ringgung	17	17,0	61	61,0	20	20,0	2	2,0	0	0
9.	Saya akan berkunjung kembali ke pantai sari ringgung	23	23,0	57	57,0	18	18,0	2	2,0	0	0
10.	Saya akan merekomendasikan kepada orang terdekat tentang keunggulan objek wisata pantai sari ringgung	11	11,0	67	67,0	20	20,0	1	1,0	1	1,0

Sumber ; Data diolah,2018

Berdasarkan tabel 4.9 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 9 yaitu Saya akan berkunjung kembali ke pantai sari ringgung dengan jumlah responden sebanyak 23 responden atau 23,0% dan

yang terkecil pada pernyataan 3 yaitu Saya menngetahui objek wisata pantai sari ringgung setelah melihat iklan dengan jumlah responden sebanyak 4 responden atau 4,0%. Jawaban setuju pada tabel di atas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 dan 10 dengan jumlah masing-masing 67 responden atau 67,0% dan yang terkecil pada pernyataan 3 yaitu Saya menngetahui objek wisata pantai sari ringgung setelah melihat iklan dengan jumlah responden sebanyak 42 responden atau 42,0%

Jawaban kurang setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu Saya menngetahui objek wisata pantai sari ringgung setelah melihat iklan dengan jumlah 44 responden atau 44,0% dan yang terkecil pada pernyataan 1 yaitu saya membutuhkan objek wisata pantai sari ringgung untuk berekreasi dengan jumlah 15 responden atau 15,0%. Jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu Saya menngetahui objek wisata pantai sari ringgung setelah melihat iklan dengan jumlah 10 responden atau 10,0% dan yang terkecil pada pernyataan 1 yaitu saya membutuhkan objek wisata pantai sari ringgung untuk berekreasi dengan jumlah 0 responden atau 0%. Jawaban sangat tidak setuju dari tabel diatas terdapat 3 pernyataan (5, 6 dan 10) yang memiliki jumlah 1 responden atau 1,0% pada masing-masing pernyataan.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang diujicobakan kepada responden. Uji validitas dianalisis dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel ($df=n-2$). Jika r hitung $>$ r tabel, maka dinyatakan valid, dan jika r hitung $<$ r tabel, maka dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20. Dengan jumlah kuesioner 30, maka dapat diketahui $df = 30-2= 28$ dan diketahui R tabel = 0,361.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Fasilitas (X₁)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,781	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,648	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,668	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,845	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,634	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,734	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 7	0,631	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,694	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas variabel fasilitas (X₁) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai fasilitas. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar

dari r_{tabel} (0.361), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,845 dan paling rendah 0,631. Dengan demikian seluruh item fasilitas dinyatakan valid.

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas harga (X₂)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,808	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,800	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,814	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,720	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas variabel harga (X₂) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai harga. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,361), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,814 dan paling rendah 0,720. Dengan demikian seluruh item harga dinyatakan valid.

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Promosi (X₃)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,765	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,825	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,688	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,703	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,701	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas variabel Promosi (X₃) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai promosi. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar

dari r_{tabel} (0,361), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,825 dan paling rendah 0,701. Dengan demikian seluruh item promosi dinyatakan valid.

Tabel 4.13 Hasil Uji Vaiditas Keputusan Berkunjung (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,568	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,662	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,465	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,514	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,731	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,813	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 7	0,680	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,655	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 9	0,836	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 10	0,481	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas variabel keputusan Berkunjung (Y) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai keputusan berkunjung. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,361), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,836 dan paling rendah 0,465. Dengan demikian seluruh item keputusan Berkunjung dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel X_1 , variabel X_2 , variabel X_3 dan instrumen variabel Y menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan

bantuan program SPSS 20. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interprestasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14 Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono,2012

Berdasarkan tabel di atas mengenai ketentuan reliable, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien r	Simpulan
Fasilitas (X_1)	0,851	0,8000–1,0000	Sangat Tinggi
Harga (X_2)	0,793	0,6000 –0,7999	Tinggi
Promosi (X_3)	0,789	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Keputusan Berkunjung (Y)	0,837	0,8000–1,0000	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah,2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.13 diatas nilai cronbach's alpha sebesar 0,851 untuk variabel Fasilitas (X_1) dengan tingkat reliabel sangat tinggi, 0,793 untuk variabel Harga (X_2) dengan tingkat reliabel tinggi, 0,789 untuk variabel Promosi (X_3) dengan tingkat reliabel tinggi, 0,837 untuk variabel keputusan berkunjung (Y) dengan tingkat reliabel sangat tinggi.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan dengan Uji Non Parametik *One-Sampel Kolmogorov – Smirnov Test* pada SPSS 2.0. Hasil perhitungan uji normalitas sebagai berikut :

Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Fasilitas (X1)	0,189	0,05	Sig > Alpha	Normal
Harga (X2)	0,076	0,05	Sig > Alpha	Normal
Promosi (X3)	0,058	0,05	Sig > Alpha	Normal
Keputusan Berkunjung (Y)	0,137	0,05	Sig > Alpha	Normal

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.16 *One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov* diatas, menunjukkan bahwa Fasilitas (X1) dengan tingkat signifikan diperoleh $0,189 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Harga (X2) dengan tingkat signifikan diperoleh $0,076 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Promosi (X3) dengan tingkat signifikan diperoleh $0,058 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk keputusan Berkunjung (Y) dengan tingkat signifikan diperoleh data $0,137 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal.

4.3.2 Hasil Uji Homogenitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh memiliki varian yang sama atau sebaliknya. Hasil perhitungan uji homogenitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.17 Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Fasilitas (X1)	0,446	0,05	Sig > Alpha	Homogen
Harga (X2)	0,497	0,05	Sig > Alpha	Homogen
Promosi (X3)	0,067	0,05	Sig > Alpha	Homogen

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.17 hasil perhitungan *test of homogeneity of variances* didapat nilai Sig 0,446 untuk Fasilitas, Sig 0,497 untuk Harga, dan Sig 0,067 untuk Promosi, yang menunjukkan nilai sig > dari alpha (0,05) yang berarti H_0 diterima yang menyatakan varians semua populasi bersifat homogenitas.

4.3.3 Hasil Uji Linearitas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linear dan uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi ataupun regresi linear. Hasil uji linearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18 Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung	0,939	0,05	Sig>alpha	Linear
Harga Terhadap Keputusan Berkunjung	0,219	0,05	Sig>alpha	Linear
Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung	0,671	0,05	Sig>alpha	Linear

Sumber : Data diolah,2018

1. Fasilitas (X1) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan tabel 4.18 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* 0,939 > dari 0,05. Dengan demikian Sig > alpha, maka Ho ditolak yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

2. Harga (X2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan tabel 4.18 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* 0,219 > dari 0,05. Dengan demikian Sig > alpha, maka Ho ditolak yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

3. Promosi (X3) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan tabel 4.18 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* 0,671 > dari 0,05. Dengan demikian Sig > alpha, maka Ho ditolak yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

4.3.4 Hasil Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil pengolahan multikolinieritas menggunakan spss 20.0 diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinieritas

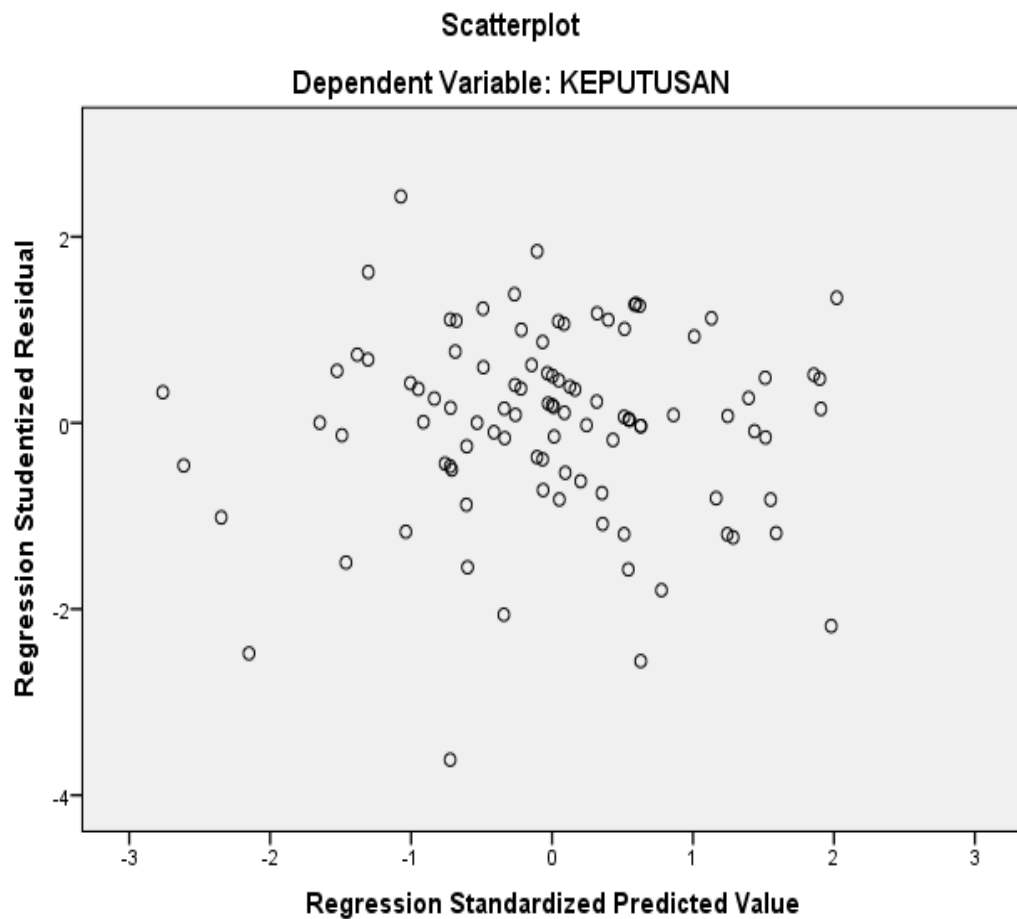
Colinearity Statistic		
(Constant)	Tolerance	VIT
Fasilitas	,739	1,352
Harga	,801	1,248
Promosi	,652	1,534

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan *output* di atas diketahui bahwa nilai tolerance Variabel Fasilitas (X_1) sebesar 0,739, Harga (X_2) sebesar 0,801 dan promosi (X_3) sebesar 0,652 lebih besar dari 0,10, Sementara itu nilai VIT variabel Fasilitas (X_1) sebesar 1,352, Harga (X_2) sebesar 1,248 dan promosi (X_3) sebesar 1,534 lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

4.3.5 Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil pengolahan uji heterokedastisitas menggunakan spss 20,0 diperoleh data sebagai berikut:

Gammar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah,2018

Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heterokedastisitas dalam suatu model regresi yaitu dengan melihat grafik *Scatterplot*. Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, mmelebur kemudian menyepit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada subu Y, aka tidak terjadi heterokedastisitas.

Dengan melihat gambar uji heterokedastisitas menggunakan garfik *Scatterplot* pada gambar tersebut terlihat titik-titik enyebar secara acak serta tersebar diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada regresi yang digunakan dalam melakukan penelitian ini.

4.4 Hasil Uji Analisis Data

4.4.1 Hasil Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasilnya sebagai berikut :

Tabel 4.20 Perhitungan Coefficients Regresi

Variabel	Nilai Regresi
Constant	12,333
Fasilitas	0,309
Harga	0,722
Promosi	0,317

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.19 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 20. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 12,333 + 0,309 + 0,722 + 0,317 + e$$

Dimana:

Y : Keputusan Berkunjung

X_1 : Fasilitas

X_2 : Harga

X_3 : Promosi

a : Konstanta

b : Parameter yang dicari

e : *Error term*

Persamaan tabel tersebut mengandung makna :

1. Konstanta sebesar 12,333 artinya jika variabel fasilitas (X_1), harga (X_2), promosi (X_3) nilainya adalah 0, maka keputusan berkunjung (Y) wisatawan pantai sari ringgung sebesar 12,333.
2. Variabel bebas X_1 (fasilitas) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) dengan nilai koefisien 0,309 yang menunjukkan jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel fasilitas sementara variabel bebas lainnya tetap maka keputusan berkunjung akan naik sebesar 0,309 atau 30,9% begitu pula sebaliknya.
3. Variabel bebas X_2 (harga) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) dengan nilai koefisien 0,722 yang menunjukkan jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel fasilitas sementara variabel bebas lainnya tetap maka keputusan berkunjung akan naik sebesar 0,722 atau 72,2% begitu pula sebaliknya.
4. Variabel bebas X_3 (promosi) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) dengan nilai koefisien 0,317 yang menunjukkan jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel fasilitas sementara

variabel bebas lainnya tetap maka keputusan berkunjung akan naik sebesar 0,317 atau 31,7% begitu pula sebaliknya.

4.5 Hasil Uji Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial atau biasa disebut uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel, yaitu apakah sebuah variable independen (bebas) yang terdiri dari fasilitas (X_1), harga (X_2), dan promosi memberikan pengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan berkunjung (Y). Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan (alpha) 5% dengan $df = (n-k-1)$. $Df = (100-3-1) = 96$ atau diperoleh t tabel = 1,661.

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan :

1. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima, maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, , maka H_0 ditolak, maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
3. Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (Σ)= 0,05
4. Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
5. Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Tabel 4.21 Hasil Perhitungan Coefficients^a

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	t_{hitung}	t_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Fasilitas	0,006	0,05	Sig<Alpha	2,809	1,661	$t_{hitung}>t_{tabel}$	H0 ditolak
Harga	0,000	0,05	Sig<Alpha	4,717	1,661	$t_{hitung}>t_{tabel}$	H0 ditolak
Promosi	0,008	0,05	Sig<Alpha	1,723	1,661	$t_{hitung}>t_{tabel}$	H0 ditolak

Sumber : Data diolah,2018

1. Pengaruh Fasilitas (X_1) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan tabel 4.22 didapat perhitungan pada Fasilitas (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,809 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,661. Jadi t_{hitung} (2,809) < t_{tabel} (1,661) dan nilai sig (0,006) < alpha (0,05) dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Fasilitas (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y) wisatawan pada pantai sari ringgung.

2. Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan tabel 4.22 didapat perhitungan pada Harga (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,717 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,661. Jadi t_{hitung} (4,717) > t_{tabel} (1,661) dan nilai sig (0,000) < alpha (0,05) dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y) wisatawan pada pantai sari ringgung.

3. Pengaruh Promosi (X_3) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan tabel 4.22 didapat perhitungan pada promosi (X_3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,723 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,661.

Jadi $t_{hitung} (1,723) > t_{tabel} (1,661)$ dan nilai sig $(0,008) < \alpha (0,05)$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi (X3) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y) wisatawan pada pantai sari ringgung.

4.5.2 Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Tabel 4.22 Hasil Uji F

Variabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Kondisi	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Fasilitas, harga dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung	23,296	3,09	$F_{hitung} > F_{tabel}$	0,000	0,05	$Sig < \alpha$	H_0 ditolak dan H_a diterima

Sumber : Data diolah, 2018

Pengujian Anova dipakai untuk menggambarkan tingkat pengaruh antara variabel Fasilitas (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y) secara bersama-sama. Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau alpha 5% dan derajat kebebasan pembilang sebesar k-1. Untuk derajat kebebasan penyebut digunakan n-k, Jadi derajat kebebasan pembilang $3-1 = 2$ dan derajat

kebebasan penyebut sebesar $100-3 = 97$ dengan taraf nyata 5% sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 3,09 dan F_{hitung} 23,295.

Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh F_{hitung} sebesar 23,295 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Dengan demikian $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan dilihat dari probabilitas hitung adalah 0,000 yaitu $< \alpha 0,05$ maka keputusannya juga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara Fasilitas (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) wisatawan pada pantai sari ringgung Pesawaran.

4.5.3 Hasil Uji R^2

Koefisien determinasi (R^2) lebih menjelaskan kepada kemampuan dari variabel independen (X) dalam menerangkan variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu), dimana nilai R^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel-variabel independennya dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Tabel 4.23 Interpretasi korelasi koefisien R²

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Data diolah,2018

Berdasarkan hasil uji determinasi R menggunakan spss 20. Hasil uji diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.24 Hasil Determinasi R²

VARIABEL	R	Ajusted R Square
Pengaruh kualitas fasilitas, harga, dan promosi terhadap keputusan berkunjung	0,649	0,403

Sumber : Data diolah,2018

Berdasarkan tabel tersebut, nilai R sebesar 0,649 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh fasilitas (X₁), harga (X₂) dan promosi (X₃) berpengaruh sedang terhadap keputusan berkunjung (Y).

4.6 Pembahasan

Berdasarkan hasil kuisisioner, responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah berjenis kelamin perempuan, dengan *range* usia 20 -<25 tahun, dengan tingkat pendidikan terakhir SMA dan sebagian besar

masih sebagai Mahasiswa, dengan tingkat penghasilan antara Rp. 1.000.000-<Rp.5.000.000.

4.6.1 Pembahasan Pengaruh Fasilitas (X_1) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Pada penelitian ini, peneliti memperoleh hasil bahwa Fasilitas (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y) sehingga semakin baik atau tidaknya Fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung berpengaruh terhadap keputusan Berkunjung wisatawan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Sammeng (2001:39), salah satu hal yang penting untuk mengembangkan pariwisata adalah melalui fasilitas. Fasilitas wisata dapat mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen. Untuk itu pengelola harus memperhatikan aspek ini dengan baik agar persepsi konsumen dan harapan konsumen sesuai dengan kenyataan di lapangan, sehingga konsumen dalam mengambil keputusan untuk berwisata akan memilih Sari Ringgung sebagai tempat tujuan.

Berdasarkan hasil dari 100 kuesioner yang peneliti bagikan kepada responden, jawaban dari responden bervariasi, namun mayoritas responden setuju jika fasilitas yang terdapat di Pantai Sari Ringgung sudah lengkap dan memadai untuk wisatawan, hal ini ditunjukkan dengan jawaban responden yang setuju pada setiap indikator fasilitas lebih dari 50%, namun akan lebih baik jika pengelola bersedia untuk

menjaga kebersihan fasilitas karena terdapat 38% wisatawan yang kurang setuju.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anjar Hari Kiswanto (2011) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Selain itu penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sendhang (2015) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain kedua penelitian sebelumnya penelitian ini juga didukung oleh Syufa'ati (2016) yang menyatakan bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Husain (2014) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Dari beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini juga didukung oleh penelitian terbaru yang dilakukan oleh Ali (2017) yang diperoleh hasil bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Bisa dikatakan bahwasanya fasilitas yang diinginkan konsumen yaitu fasilitas yang lengkap, dengan kondisi yang bersih juga terawat. Yang tak kalah penting adalah melalui fasilitas yang ada dapat memenuhi kebutuhan ataupun mengakomodir kegiatan konsumen di Pantai Sari Ringgung. Secara keseluruhan fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung memiliki

kriteria tersebut diatas, sehingga membuat konsumen mengambil keputusan untuk berkunjung karena kebutuhannya terpenuhi melalui fasilitas yang disediakan.

4.6.2 Pembahasan Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Pada penelitian ini, peneliti memperoleh hasil bahwa harga (X_2) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y). Hal tersebut sesuai dengan pendapat Zeithaml (dalam Tjiptono 2006:203) semakin murah harga suatu jasa, semakin besar nilainya. Ketika *value* dan atau nilai yang dirasakan konsumen semakin besar atau tinggi terhadap suatu produk atau jasa, konsumen merasa dengan mengkonsumsi produk atau jasa tersebut mampu memberikan kepuasan, Sehingga konsumen akan memilih produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan hasil dari 100 kuesioner yang peneliti bagikan kepada responden, jawaban dari responden bervariasi, namun mayoritas responden setuju jika harga yang ditawarkan di Pantai Sari Ringgung sudah sesuai dengan manfaat dan kualitas yang didapatkan oleh wisatawan, hal ini ditunjukkan dengan jawaban responden yang setuju pada setiap indikator harga lebih dari 50%, namun sebaiknya saat pengelola kenaikan harga harus disesuaikan lagi dengan harga pada

wisata sejenis, karena terdapat 27% wisatawan yang kurang setuju dengan harga yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Anjar Hari Kiswanto (2011) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Selain itu penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tommy dan Umboh (2016) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain kedua penelitian sebelumnya penelitian ini juga didukung oleh Martina dan Tunis (2016) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini juga didukung oleh penelitian terbaru yang dilakukan oleh Ali (2017) yang diperoleh hasil bahwa Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun Penelitian ini menolak hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurhayati (2017) yang menyatakan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini harga yang telah ditetapkan pengelola Pantai Sari Ringgung dianggap konsumen terjangkau dan termasuk dalam taraf wajar untuk tempat wisata yang sejenis dengan pantai Sari Ringgung. Harga yang ditawarkan juga sesuai dengan kualitas dan manfaat yang

diperoleh konsumen, sehingga membuat konsumen mengambil keputusan untuk berkunjung ke pantai Sari Ringgung.

4.6.3 Pembahasan Pengaruh Promosi (X_3) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Pada penelitian ini, peneliti memperoleh hasil bahwa Promosi (X_3) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y). Hal tersebut sesuai dengan pendapat Tjiptono (2004), yang menyatakan bahwa promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut.

Berdasarkan hasil dari 100 kuesioner yang peneliti bagikan kepada responden, jawaban dari responden bervariasi, namun mayoritas responden setuju jika promosi yang dilakukan oleh pengelola Pantai Sari Ringgung sudah tepat, hal ini ditunjukkan dengan jawaban responden yang setuju pada setiap indikator promosi lebih dari 40%, namun akan lebih baik jika pengelola bersedia untuk memperbaiki kembali cara untuk mempromosikan Pantai Sari Ringgung kepada wisatawan, karena responden yang kurang setuju dengan cara pengelola mempromosikan Pantai Sari Ringgung sebesar 38%.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Trijalu Guruh Muhammad (2008) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial promosi terhadap keputusan pembelian. Selain itu penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh K Arif (2015) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain kedua penelitian sebelumnya penelitian ini juga didukung oleh Yulismar (2013) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Katrin (2016) yang menyebutkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini juga didukung oleh penelitian terbaru yang dilakukan oleh Nurhayati (2017) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini promosi yang telah dilakukan pengelola Pantai Sari Ringgung baik melalui media sosial maupun secara *mounth to mounth* dianggap oleh wisatawan telah sesuai, sehingga membuat konsumen mengambil keputusan untuk berkunjung ke pantai Sari Ringgung. Konsumen juga merasa bahwa promosi yang dilakukan telah baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

4.6.4 Pembahasan Pengaruh Fasilitas (X_1), Harga (X_2) dan Promosi (X_3) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Melihat dari hasil uji F pada tabel Anova diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya antara variabel fasilitas, harga dan promosi berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung. Hal ini membuktikan bahwa fasilitas, harga dan promosi dapat meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan dikarenakan fasilitas, harga maupun promosi merupakan sarana yang ampuh dalam menarik konsumen.

Suatu produk atau jasa yang ditawarkan pada saat ini tidak terlepas dari pengaruh fasilitas yang ditawarkan, kelengkapan dan kondisi fasilitas bisa mempengaruhi seseorang untuk memilih produk atau jasa tersebut. Penetapan harga yang terjangkau dan sesuai dengan nilai yang ditawarkan juga mampu mempengaruhi seseorang untuk memilih produk atau jasa tersebut. Begitu pula dengan promosi yang dilakukan dengan baik akan sangat ampuh untuk mempengaruhi ataupun merekomendasikan seseorang untuk melakukan pembelian pada suatu produk yang ditawarkan.

Fasilitas yang diinginkan konsumen yaitu fasilitas yang lengkap, dengan kondisi yang bersih juga terawat. Yang tak kalah penting adalah melalui fasilitas yang ada dapat memenuhi kebutuhan ataupun mengakomodir kegiatan konsumen di Pantai Sari Ringgung. Secara

keseluruhan fasilitas yang ada di Pantai Sari Ringgung memiliki kriteria tersebut, harga yang telah ditetapkan pengelola Pantai Sari Ringgung dianggap konsumen terjangkau dan juga telah sesuai dengan keinginan konsumen, Begitu pula Promosi yang telah dilakukan pengelola Pantai Sari Ringgung dianggap oleh wisatawan telah sesuai dan dapat diterima dengan baik oleh wisatawan, sehingga membuat wisatawan mengambil keputusan untuk berkunjung ke pantai Sari Ringgung.