



Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Mengunjungi Wisata Pantai Pohon Seribu Kabupaten Pasaman Barat

Nia Feronica Yulfi¹, Yulistia¹, Sunreni¹

¹Universitas Ekasakti, Indonesia

✉ ferinicania410@gmail.com*

Article Information:

Received April 15, 2024

Revised Mei 28, 2024

Accepted Juni 19, 2024

Keywords: *Citra destinasi (X1), daya Tarik (x2), fasilitas (x3) dan keputusan berkunjung (Y)*

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui indikator manakah yang dominan dari citra destinasi, daya tarik, fasilitas dan keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu baik secara parsial maupun secara simultan. Metode Pengumpulan data adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*) dan Penelitian Kepustakaan (*Library Research*). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner, observasi dan wawancara. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke pantai sasak pohon seribu yang berjumlah 203.497 orang. Sedangkan sampel penelitian sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel adalah *Proportional Random Sampling* atau dengan menggunakan rumus slovin. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, analisis (TCR), analisis regresi linear berganda, dan koefisien determinasi. Sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator yang paling dominan dari keputusan berkunjung adalah keputusan pembelian dengan nilai TCR sebesar 88,07%. indikator yang paling dominan dari citra destinasi adalah citra destinasi kognitif dengan nilai TCR sebesar 90,47%. Dan indikator yang paling dominan dari daya tarik adalah atraksi dengan nilai TCR sebesar 79,33%. Kemudian indikator yang paling dominan dari fasilitas adalah perlengkapan dengan nilai TCR sebesar 87,87%. 2) citra destinasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke pantai sasak pohon seribu. 3) daya tarik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke pantai sasak pohon seribu. 4) fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap wisatawan berkunjung ke pantai sasak pohon seribu.

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu sektor industri penting di dunia saat ini, sektor ini memberikan peluang pengembangan bagi setiap daerah maupun pada suatu negara dan menjadi sarana untuk meningkatkan mata pencaharian penduduk sekitarnya. Pariwisata merupakan perdagangan jasa yang membutuhkan suatu pelayanan sebagai komoditas (Mahardika, 2018).

How to cite:

Yulfi, N., F. Yulistia. Sunreni. (2024). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Mengunjungi Wisata Pantai Sasak Pohon Seribu Kabupaten Pasaman barat. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(2), 154-169.

E-ISSN:

3046-8655

Published by:

The Institute for Research and Community Service

Pariwisata juga merupakan salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan perekonomian dan penyediaan lapangan kerja, meningkatkan penghasilan, standar hidup serta menstimulasikan sektor-sektor lainnya. Wisata menurut undang-undang Nomor 10 tahun 2009 adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara. Salah satu perkembangan wisata adalah wisata pantai. Dimana setiap pengunjungnya bisa menikmati keindahan alam sekitarnya. Keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh banyak faktor menurut (Kotler, 2019) Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan adalah : (1) Faktor Lingkungan yang terdiri atas: citra destinasi, fasilitas, daya tarik, faktor budaya, persepsi dan *preferensi*. (2) Faktor Sosial, (3) Faktor Teknologi yang meliputi : Transportasi pribadi, alat rumah tangga. Audio visual, internet dan seluler. (4) Faktor Pribadi.

Menurut Ariyanto (2017) menyatakan ada lima faktor yang menentukan seseorang untuk membeli jasa atau mengunjungi objek wisata, yaitu: a. Lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang lokasi yang benar-benar strategis dan tidak membutuhkan terlalu banyak waktu, tenaga dan biaya sehingga lokasi ini dapat mendukung yang lain. b. Fasilitas fungsinya adalah memenuhi kebutuhan wisatawan selama tinggal untuk sementara waktu di destinasi wisata yang dikunjungi. Sehingga apabila suatu destinasi memiliki fasilitas yang lengkap maka akan mempengaruhi konsumen untuk berkunjung. c. Citra/ image menggambarkan kepada seseorang terhadap suatu destinasi yang mengandung keyakinan, kesan dan persepsi. d. Harga/ tarif akan mempengaruhi seorang konsumen untuk mengambil keputusan dalam berkunjung ke suatu destinasi. Harga yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata akan memberikan imbas/timbal balik pada pengunjung begitu pula sebaliknya. e. Pelayanan yang diberikan pada saat memilih sampai terjadinya transaksi pembelian sangatlah berpengaruh terhadap jadi tidaknya pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Oleh karena itu, suatu destinasi akan memiliki banyak pengunjung apabila memberikan pelayanan yang terbaik bagi pengunjungnya.

Menurut (Anggelia, 2019) pariwisata adalah suatu jasa dan pelayanan. Menurut WTO atau World Tourism Organization pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan diluar lingkungan kesehariannya. Sedangkan menurut undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan Pasal 1 ayat 3 menerangkan bahwa wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan berkunjung ke tempat tertentu dengan tujuan pengembangan pribadi, rekreasi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Menurut Kotler (2019) keputusan berkunjung merupakan proses dimana seorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Keputusan berkunjung adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Menurut Swastha (2020) keputusan berkunjung adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku.

Keputusan berkunjung adalah suatu keputusan yang diambil oleh seseorang yang akan melakukan perjalanan ke suatu tempat wisata tertentu untuk berlibur. Keputusan pengunjung untuk memilih objek wisata yang dipilih pada dasarnya merupakan salah satu bentuk pengambilan keputusan (Jerome, 2018). Menurut Firmansyah (2019) keputusan berkunjung adalah perilaku pembelian seseorang dalam

menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Menurut Sinaga (2017) citra destinasi (*destination image*) merupakan keyakinan/ pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata. Menurut Kurtz (2017) citra destinasi yang positif akan membuat wisatawan merasakan kepuasan yang lebih baik. Huriyati (2018) menyebutkan pentingnya citra bagi sebuah daerah tujuan wisata, yaitu menciptakan harapan, dapat digunakan sebagai strategi pemasaran dan segmentasi pasar, merupakan salah satu bentuk dari konsumsi, mempengaruhi pasar yang prospektif, dan berperan dalam kepuasan dan pemilihan daerah tujuan. Citra yaitu seperangkat keyakinan, ide, serta tayangan seseorang mengenai objek wisata (Kotler, 2019).

Ketika seorang wisatawan akan membuat suatu keputusan maka citra adalah kenyataan yang diandalkan dalam mengunjungi suatu objek wisata, karena wisatawan cenderung memilih produk terkenal atau yang telah digunakan oleh banyak orang dibandingkan mengunjungi suatu objek wisata yang mereka tidak tahu sebelumnya, sikap serta tindakan wisatawan terhadap suatu objek wisata sangat dipengaruhi oleh citra dari suatu objek wisata (Kurtz, 2017). Citra daerah tujuan wisata mempengaruhi kepuasan dan niat untuk mengunjungi lokasi terkait di waktu yang akan datang, yang tentu saja tergantung pada kemampuan daerah tujuan wisata tersebut untuk memberikan pengalaman positif yang tak terlupakan yang diperoleh selama berwisata (Kurtz, 2017). Leman (2017) menjelaskan citra destinasi adalah sebuah konsep terpadu yang terdiri dari pemikiran, ide, dan sensasi di benak para pengunjung. Kurtz (2017) menjelaskan citra destinasi sangat berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan membangun citra destinasi yang kuat adalah tujuan yang kini ingin dicapai oleh seluruh pengembang atau pengelola wisata yang ada di Indonesia. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang beranekaragam kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan wisatawan (Cravens, 2018). Daya tarik wisata dapat berupa keunikan, keaslian, cuaca/iklim, serta keindahan. Selain memiliki daya tarik, suatu obyek wisata alam akan lebih baik lagi, apabila terdiri dari beragam produk (diversifikasi) wisata (Damanik, 2017).

Menurut Bakaruddin (2017), daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Selanjutnya Masrin & Akmalia (2019: 204–216) menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mampu menarik untuk bisa dilihat dan dinikmati di destinasi wisata. Menurut Damanik (2017) menyebutkan daya tarik wisata adalah adanya sesuatu yang unik dan menarik yang menjadikan seseorang atau sekelompok orang mendatangi suatu destinasi. Menurut Supriyadi (2018) daya tarik wisata adalah pariwisata yang bisa berupa kenampakan atau keindahan alam seperti flora dan fauna, bentang alam, tumbuh tumbuhan, dan hasil budidaya manusia seperti museum, monumen, candi, gedung bersejarah. Menurut Yoeti (2017) daya tarik wisata adalah pariwisata yang bisa berupa kenampakan atau keindahan alam seperti flora dan fauna, bentang alam, tumbuh tumbuhan, dan hasil budidaya manusia seperti museum, monumen, candi, gedung bersejarah. Menurut Utama (2017) salah satu hal penting untuk mengembangkan pariwisata adalah melalui fasilitas (kemudahan). Menurut Yoeti (2017) fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

Menurut Supriyadi (2018) fasilitas adalah segala sesuatu yang berupa benda maupun uang yang dapat memudahkan serta memperlancar pelaksana suatu usaha tertentu.

Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk yang menyediakan sarana dan prasarana bangunan fisik dan fasilitas penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan, dan biasanya berkembang setelah berkembangnya daya tarik wisata (Mahardika, 2018). Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik untuk memudahkan dan memenuhi kebutuhan konsumen (Firmansyah, 2019). Fasilitas adalah aspek penting bagi jasa, fasilitas merupakan bukti fisik representasi dari jasa, yang biasanya berupa peralatan yang digunakan. Menurut Tjiptono (2019), jasa bersifat intangible, karenanya konsumen seringkali mengandalkan tangible cues atau physical evidence dalam mengevaluasi sebuah jasa sebelum membelinya dan menilai kepuasannya dan setelah dikonsumsi.

Menurut Tjiptono (2019) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Menurut Tjiptono (2019) indikator fasilitas ada empat, yaitu pertimbangan atau perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan dan perabotan, tata cahaya. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah sarana dan prasarana yang tersedia dilingkungan maupun didalam kantor perusahaan, dalam hal ini dimaksudkan dapat memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pengguna merasakan kenyamanan dan puas. Penelitian yang dilakukan oleh (Tengku Putri Lindung Bulan et al., 2021:115-123) hasil penelitian ditemukan daya tarik wisata dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Berawe. Penelitian lain oleh (Setiawan & Arisanty, 2021: 1–8), dari hasil penelitian ditemukan 3 faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di Objek Wisata Air Terjun Lano, yaitu: faktor biaya perjalanan, faktor lama perjalanan, dan faktor fasilitas. Penelitian yang dilakukan oleh (Sari & Bachri, 2022: 204–210) hasil penelitian ini ditemukan bahwa daya tarik wisata dan fasilitas layanan secara simultan terdapat pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Kemudian daya tarik wisata secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan dan fasilitas layanan secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Penelitian berikutnya dilakukan oleh (Ester et al., 2020: 145–153) hasil penelitian ini ditemukan bahwa Variabel Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan, sedangkan variabel Sarana Wisata tidak berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Wisatawan di Citra Niaga Samarinda.

Kabupaten Pasaman Barat memiliki keindahan alam salah satunya adalah di Kecamatan Sasak Ranah Pasisia yaitu Pantai Sasak Pohon Seribu di Kabupaten Pasaman Barat. Objek wisata Pantai Sasak Pohon Seribu merupakan objek wisata yang sudah tercatat sebagai bagian dari objek wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pasaman Barat, bahkan bisa dikatakan Pantai sasak sebagai tujuan utama masyarakat Pasaman Barat pada hari-hari besar seperti lebaran dan tahun baru untuk berwisata. Hal tersebut dikarenakan lokasi yang cukup terjangkau dari pusat Kabupaten Pasaman Barat dibandingkan objek wisata pantai lainnya, sehingga tidak membuang waktu yang banyak untuk sampai ke lokasi wisata. Tidak hanya menikmati wisata pantai namun juga kulinernya.

Berikut ini Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Sasak Kabupaten Pasaman Barat, dapat disajikan pada tabel 1. berikut ini :

**Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisata Pantai Sasak Pohon Seribu
Kabupaten Pasaman Barat Pada Tahun 2022**

No	Bulan Data	Jumlah wisatawan (Orang)
1	Januari	153
2	Februari	155
3	Maret	189
4	April	102.000
5	Mei	86.000
6	Juni	5.000
7	Juli	5.350
8	Agustus	362
9	September	856
10	Oktober	957
11	November	905
12	Desember	1.570
Total		203.497

Berdasarkan tabel 1. Dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke wisata Pantai Sasak Pohon Seribu Pada Tahun 2022 Kabupaten Pasaman Barat berjumlah 203.497 orang. Dapat dilihat pada tabel bahwa pada bulan april kawasan Pantai Sasak ramai dikunjungi. Turunnya angka kunjungan pada bulan juni sampai maret hal ini disebabkan terjadinya renovasi pantai sasak oleh Dinas Pariwisata. Renovasi yang dilakukan beberapa perbaikan jalan, perbaikan panggung pada kawasan pantai dan penambahan pohon cemara pada sekitar pantai sasak. Salah satu faktor mempengaruhi wisatawan berkunjung salah yaitu citra destinasi. Citra destinasi yang positif kemungkinan besar akan mendatangkan keuntungan bagi pengelola wisata karena akan lebih banyak dikunjungi wisatawan. Membangun citra destinasi yang kuat adalah tujuan yang kini ingin dicapai oleh seluruh pengembang atau pengelola wisata yang ada. Suatu citra destinasi yang baik harus terus dikomunikasikan oleh pengelola wisata untuk membantu menetapkan posisi yang kuat diantara tempat wisata lain yang saat ini semakin berkembang (Kotler, 2019).

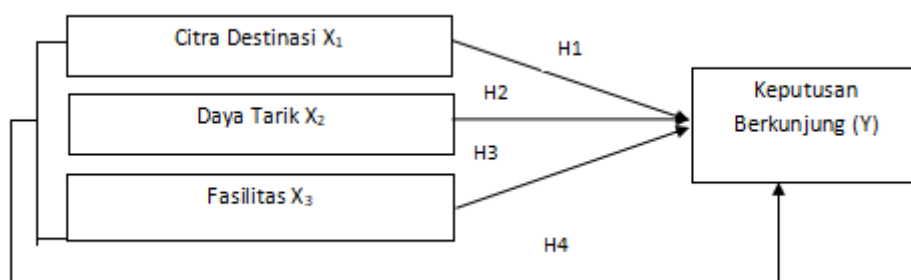
Faktor lain mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung adalah daya tarik. Daya tarik dari pantai sasak ini memungkinkan untuk wisatawan melakukan wisata ke pantai sasak pohon seribu, sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung dengan keindahan pantai yang menarik dan indah (Kotler, 2019). Pantai Sasak Pohon Seribu memiliki daya tarik dengan kehadiran wahana permainan baru yaitu ATV yang bisa disewa oleh para wisatawan dengan mengeluarkan dana sebesar Rp100.000,- per jam. Semua itu sengaja dibuat untuk menarik minat kunjung wisatawan ke destinasi wisata Pohon Seribu. Selain itu fasilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Fasilitas adalah sumber daya alam maupun sumber daya buatan yang dimana dibutuhkan oleh wisatawan yang menjadi tujuan mereka berwisata. Serta kelengkapan tempat sebagai pendukung atau nilai tambah suatu objek wisata untuk meningkatkan nilai kepuasan wisatawan yang datang ke obyek wisata. Berikut ini Jumlah jumlah penanaman pohon cemara pada tahun 2012-2016 dapat disajikan pada tabel 2. berikut ini :

Tabel 2. Penanaman Cemara Tahun 2012-2016

N o	Kawasan Konservasi	Sumber Pendanaan	Jumlah Penanaman	Tahun
1	Muara Merdeka	DKP/ Dinas Kelautan Dan Perikanan Sumbar	400	2019
2	Karambie Ampek	DKP/ Dinas Kelautan Dan Perikanan Sumbar	-	2020
3	Karambie Ampek	DKP/ Dinas Kelautan Dan Perikanan Sumbar	500	2021
4	Pinggir Pantai Muara Merdeka	DKP/ Dinas Kelautan Dan Perikanan Sumbar	800	2022

Berdasarkan dari tabel 2. Terlihat bahwa terjadi penambahan pohon cemara selama 4 tahun terakhir, dimana pada tahun 2019 terjadi penambahan pohon cemara sebanyak 400 batang, akan tetapi pada tahun 2020 tidak terjadi penambahan pohon cemara dikarenakan segala kegiatan di non aktifkan di instansi maupun yang turun lapangan karena tidak ada anggaran dan pada tahun 2021 terjadi penambahan pohon cemara sebanyak 500 batang dan pada tahun 2022 terjadi peningkatan menjadi 800 batang. Hal ini disebabkan karena banyaknya pohon yang mengalami kerusakan dan tidak layak lagi maka diganti dengan pohon-pohon yang baru.

Upaya ini dapat dilakukan melalui tiga strategi pengelolaan yaitu: (1) Melestarikan lingkungannya melalui berbagai program konservasi. (2) Menjadikan kawasan konservasi sebagai penggerak ekonomi melalui program wisata alam dan pendanaan mandiri lanjutan. (3) Pengelolaan kawasan konservasi sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang mensejahterakan masyarakat dalam hal ini melibatkan dan memberdayakan masyarakat dalam pengelolaan kawasan konservasi menjadi mutlak untuk dilakukan. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Indikator manakah yang dominan dari citra destinasi, daya tarik, fasilitas dan keputusan wisatawan berkunjung ke Pantai Sasak Pohon Seribu; 2) Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu; 3) Apakah daya tarik berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu; 4) Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu; 5) Apakah citra destinasi, daya tarik, fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu. Berdasarkan latar belakang, penelitian terdahulu dan rumusan masalah, maka dapat dibuat kerangka konseptual penelitian ini seperti yang terlihat pada gambar 1. sebagai berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Dari gambar 1. maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut ini:

- H₁. Diduga bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Sasak Pohon Seribu Kabupaten Pasaman Barat.
- H₂. Diduga bahwa daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Sasak Pohon Seibu Kabupaten Pasaman Barat.
- H₃. Diduga bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Pantai Sasak Seribu Kabupaten Pasaman Barat.
- H₄. Diduga bahwa citra destinasi, daya tarik dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Sasak Pohon Seribu Kabupaten Pasaman Barat.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode secara kuantitatif. Metode Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*) dan Penelitian Kepustakaan (*Library Research*). Teknik Pengumpulan data yaitu kusioner, observasi dan wawancara. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian melalui kuesioner yang disebar (Engkizar et al., 2021; Hafizi et al., 2022; Adel et al., 2023; Arifin et al., 2024). Kuisisioner ini berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada responden. Menurut (Sugiyono, 2018) populasi adalah keseluruhan kelompok, peristiwa atau suatu ketertarikan yang ingin diselidiki oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke objek wisata Pantai Sasak Pohon Seribu. Adapun populasi penelitian ini berjumlah 203.497 orang. Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi atau sebagian populasi yang menjadi subyek penelitian yang dapat mewakili populasi penelitian (Arikunto, 2017). Berdasarkan sifat ataupun karakteristik populasi yang telah ditentukan, maka teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik propotional random sampling. Teknik ini digunakan karena semua anggota mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel sesuai dengan proporsinya (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini penulis menggunakan rumus slovin. Sehingga sampel yang diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 100 orang wisatawan berkunjung ke Pantai Sasak Pohon Seribu. Metode analisis data adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut terlebih dahulu dilakukan uji instrument penelitian (kuesioner dengan uji validitas dan reliabilitas). Uji validitas bertujuan untuk mengukur validitas kuesioner (Sugiyono, 2018). Menurut (ghozali, 2016). suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai variabel loading factor lebih besar dari 0,5 ($0,5 > \text{Sig}$). Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan suatu kuesioner dapat dipercaya atau tidak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis dilakukan untuk menggambarkan karakteristik masing-masing variabel penelitian yang meliputi pengaruh citra destinasi, daya tarik dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu. Analisis dilakukan dengan cara menghitung tingkat capaian responden (TCR).

Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian yang dilakukan untuk menilai Tingkat Capaian Responden (TCR) terhadap penilaian keputusan berkunjung tersebut disajikan pada tabel 3. berikut ini:

Tabel 3. Tingkat Capaian Responden Variabel Keputusan berkunjung (Y)

No	Indikator	Alternatif Jawaban										Rerata	TCR
		SS		S		KS		TS		STS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Pengenalan Kebutuhan												
	Rata-rata	39	38,67	25	25,33	34	34,33	2	2	-	-	4,01	80,20
2	Pencarian Informasi												
	Rata-rata	51	50,67	22	21,67	28	27,67	-	-	-	-	4,23	84,60
3	Evaluasi Alternatif												
	Rata-rata	43	43,00	20	20,33	37	36,67	-	-	-	-	4,06	81,27
4	Keputusan Pembelian												
	Rata-rata	62	62,33	16	15,67	22	22,00	-	-	-	-	4,40	88,07
5	Perilaku Pasca Pembelian												
	Rata-rata	57	57,00	25	25,33	18	17,67	-	-	-	-	4,39	87,87
	Jumlah	252	251,67	108	108,33	139	138,34	2	2	-	-	21,09	422,01
	Rata-rata	50	50,33	22	21,66	28	27,66	0,4	0,4	-	-	4,2	84,40

Berdasarkan tabel 3. diperoleh hasil rata-rata nilai TCR variabel keputusan berkunjung sebesar 84,40%. ini menunjukkan bahwa nilai TCR pada variabel keputusan berkunjung termasuk dalam kriteria Sangat Baik.

Variabel Citra Destinasi (X_1)

Untuk hasil deskriptif variabel citra destinasi dapat dilihat dari nilai tingkat capaian responden (TCR) terhadap penilaian variabel citra destinasi yang disajikan pada tabel 4. Berikut ini:

Tabel 4. Tingkat Capaian Responden Variabel Citra Destinasi (X_1)

No	Indikator	Alternatif Jawaban										Rerata	TCR
		SS		S		KS		TS		STS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Citra Destinasi Kognitif												
	Rata-rata	66	66,33	21	20,67	12	12,00	1	1	-	-	4,52	90,47
2	Citra Destinasi Yang Unik												
	Rata-rata	53	52,67	18	18,00	26	26,00	3	3	-	-	4,20	84,00
3	Citra Destinasi Efektif												
	Rata-rata	66	66,00	18	18,00	15	15,00	1	1	-	-	4,49	89,80
	Jumlah	185	185	57	56,67	53	53	5	5	-	-	13,21	264,27
	Rata-rata	62	61,67	19	18,89	18	17,67	2	1,67	-	-	4,40	88,09

Berdasarkan tabel 4. diperoleh hasil rata-rata nilai TCR variabel citra destinasi yaitu sebesar 88,09%. hasil ini menunjukkan bahwa nilai TCR pada variabel citra destinasi termasuk kriteria Sangat Baik.

Variabel Daya Tarik (X_2)

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian yang dilakukan untuk menilai Tingkat Capaian Responden (TCR) terhadap penilaian variabel daya tarik tersebut disajikan pada tabel 5. Berikut ini :

Tabel 5. Tingkat Capaian Responden Variabel Daya Tarik (X₂)

No	Indikator	Alternatif Jawaban										Rerata	TCR
		SS		S		KS		TS		STS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Atraksi												
	Rata-rata	39	38.67	24	24.33	34	34.00	3	3	-	-	3.99	79.73
2	Mudah dicapai												
	Rata-rata	25	25.00	19	18.67	55	54.67	2	2	-	-	3.67	73.40
3	Fasilitas												
	Rata-rata	28	28.00	18	17.67	54	54.00	0	0	-	-	3.73	74.67
	Jumlah	92	91,67	61	60,67	143	142,67	5	5	-	-	11,39	227,8
	Rata-rata	31	30,56	20,33	20	48	47,56	2	1,67	-	-	3,80	75,93

Berdasarkan tabel 5. diperoleh hasil rata-rata nilai TCR variabel daya tarik yaitu sebesar 75,93%. hasil ini menunjukkan bahwa nilai TCR pada variabel daya tarik termasuk dalam penilaian kriteria Baik.

Variabel Fasilitas (X₃)

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian yang dilakukan untuk menilai Tingkat Capaian Responden (TCR) terhadap penilaian variabel fasilitas tersebut. Dapat disajikan dalam tabel 6. Sebagai berikut ini :

Tabel 6. Tingkat Capaian Responden Variabel Fasilitas (X₃)

No	Indikator	Alternatif Jawaban										Rerata	TCR
		SS		S		KS		TS		STS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Perencanaan ruang												
	Rata-rata	53	52.67	21	21.33	26	26.00	-	-	-	-	4.27	85.33
2	Perlengkapan												
	Rata-rata	64	63.67	12	12.00	24	24.33	-	-	-	-	4.39	87.87
3	Unsur pendukung												
	Rata-rata	53	52.67	9	9.33	38	38.00	-	-	-	-	4.15	82.93
	Jumlah	170	169,01	43	42,66	88	88,33	-	-	-	-	12,81	256,13
	Rata-rata	57	56,34	14	14	29	29,44	-	-	-	-	4,27	85,38

Berdasarkan tabel 6. diperoleh hasil rata-rata nilai TCR variabel fasilitas yaitu sebesar 85,38%. hasil ini menunjukkan bahwa nilai TCR pada variabel fasilitas termasuk dalam penilaian kriteria Sangat Baik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menganalisa citra destinasi, daya tarik dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu, penulis menggunakan metode analisis regresi berganda. dapat dilihat pada tabel 7. Sebagai berikut ini:

Tabel 7. Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	
(Constant)	28.065	4.708	
citra_destinasi	0.251	0.098	0.231
daya_tarik	0.280	0.113	0.247
fasilitas	0.408	0.116	0.322

Persamaan regresi berganda dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

Dari persamaan regresi yang terbentuk dapat diinterpretasikan. Dapat dilihat pada tabel 7. Sebagai berikut ini :

$$Y = 28,065 + 0,251 X_1 + 0,251 X_2 + 0,408 X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 28,065 yang berarti jika tidak ada ha citra destinasi, daya tarik, fasilitas ($X_1=X_2=X_3=0$) maka nilai keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu adalah sebesar konstanta yaitu 28.065, satuan artinya besar nilai konstanta sudah ada sebesar 28.065 satuan. Nilai koefisien regresi $X_1 = 0.251$, apabila terjadi peningkatan citra destinasi sebesar satu satuan, maka akan terjadi peningkatan keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu sebesar 0.251. Artinya citra destinasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu. Nilai koefisien regresi $X_2 = 0.280$, apabila terjadi peningkatan daya tarik sebesar satu satuan, maka akan terjadi peningkatan keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu sebesar 0.280. Artinya daya tarik berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu. Nilai koefisien regresi $X_3 = 0.408$, apabila terjadi peningkatan fasilitas sebesar satu satuan, maka akan terjadi peningkatan keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu sebesar 0.408. Artinya fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (KD) digunakan untuk mengidentifikasi kontribusi variabel-variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat.dapat dilihat pada tabel 8. Sebagai berikut ini:

Tabel 8. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2)				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0.620 ^a	0.384	0.365	3.839

Berdasarkan Tabel 8. dapat dilihat nilai *Adjusted Rsquare* sebesar sebesar 0,365 hal ini berarti besarnya kontribusi citra destinasi, daya tarik, fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu adalah 36,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain seperti brand image, kualitas pelayanan dan lainnya.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji t

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk melihat apakah ada pengaruh positif dan signifikan secara individual dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini menurut (Iman Ghozali, 2016) adalah jika $p\text{-value} < 0,05$ maka H_0 ditolak. Sebaliknya, jika $p\text{-value} > 0,05$ maka H_0 diterima. Uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 9. Sebagai berikut ini:

Tabel 9. Uji t

Model	t	sig
(Constant)	5.961	0.000
citra_destinasi	2.561	0.012
daya_tarik	2.477	0.015
fasilitas	3.511	0.001

Dari tabel 9. diatas tersebut dapat diuraikan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut ini. Nilai t hitung variabel citra destinasi (X_1) sebesar 2,561 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,661. Sehingga t hitung $>$ t tabel dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,012 < 0,050$. Jadi H_0 ditolak H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel citra destinasi (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke

pantai sasak pohon seribu. Nilai t hitung variabel daya tarik (X_2) sebesar 2,477 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,661. Sehingga t hitung $>$ t tabel dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,015 < 0,050$. Jadi H_0 ditolak H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke pantai sasak pohon seribu. Nilai t hitung variabel fasilitas (X_3) sebesar 3,511 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,661. Sehingga t hitung $>$ t tabel dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,001 < 0,050$. Jadi H_0 ditolak H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke pantai sasak pohon seribu.

Uji F

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk menunjukan apakah variabel citra destinasi, daya tarik dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu Kecamatan Pasaman Barat. Pengambilan keputusan dalam pengujian ini bisa dilakukan dengan menggunakan nilai *probability value* (*p-value*) maupun F hitung. Dapat dilihat pada tabel 10. Sebagai berikut ini :

Tabel 10. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	882.525	3	294.175	19.966	.000 ^b
Residual	1414.475	96	14.734		
Total	2297.000	99			

Hasil pengujian pada tabel 10. menunjukkan nilai F hitung 19.966 dan F tabel dilihat dengan menggunakan rumus ($df=n-k-1$) $df= 100 - 3 - 1 = 96$, maka nilai F tabel adalah 2.309, maka dapat dilihat F hitung $>$ F tabel, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p<0,05$). Hal ini berarti variabel citra destinasi, daya tarik, fasilitas berpengaruh positif dan signifikan signifikan bersama-sama terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu.

Pembahasan

Pengaruh Citra Destinasi (X_1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan citra destinasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu, dimana $sig = 0,012 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2.561 > 1.661$. Variabel citra destinasi Pantai Sasak Pohon Seribu yang terdiri dari 9 pertanyaan, dimana nilai rata-rata 4,40 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 88,09%. Hal ini menunjukan bahwa variabel citra destinasi Pantai Sasak Pohon Seribu dalam kategori Sangat Baik. Indikator paling dominan pada variabel citra destinasi Pantai Sasak Pohon Seribu adalah *Cognitive destination image* (citra destinasi kognitif) dimana nilai rata-rata 4,52 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 90,47%. Hal ini menunjukan bahwa indikator Akses menuju Pantai sasak mudah dijangkau dalam kategori Sangat Baik.

Menurut Pitana (2017: 149–200) mendefinisikan citra destinasi sebagai sebuah hasil yang dirasakan wisatawan setelah melakukan kunjungan disebuah tempat wisata. Penelitian ini dilakukan oleh Nafis (2020: 40–45) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari seluruh variabel bebas yaitu citra destinasi dan kepercayaan wisatawan terhadap variabel terikat yaitu keputusan berkunjung. Hasil penelitian oleh (Kerap et al., 2022: 317) menunjukkan Daya tarik wisata secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung di Pantai Tulap kecamatan kombi kabupaten minahasa. Hasil penelitian lainnya oleh (Hapsara & Ahmadi, 2022: 64–76) menunjukkan bahwa citra destinasi dan keputusan berkunjung melalui minat berkunjung memiliki pengaruh terhadap keputusan wisatawan, baik

secara langsung maupun tidak langsung melalui minat berkunjung. Penelitian terakhir oleh (Ester et al., 2020: 145–153) Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan di Citra Niaga Samarinda.

Pengaruh Daya Tarik (X_2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan daya tarik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu, dimana $\text{sig} = 0,015 < 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $2.477 > 1.661$. Skor rata-rata variabel daya tarik Pantai Sasak Pohon Seribu yang terdiri dari 9 pertanyaan, dimana nilai rata-rata 3,80 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 75,93%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel daya tarik Pantai Sasak Pohon Seribu dalam kategori Baik. Indikator paling dominan pada variabel daya tarik Pantai Sasak Pohon Seribu adalah *attraction* (Atraksi) dimana nilai rata-rata 3,99 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 79,33%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator *attraction* (Atraksi) dalam kategori Baik. Menurut Yoeti (2017) daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran tujuan kunjungan wisatawan (Nadhirah et al., 2023).

Penelitian ini dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan et al (2021) menyatakan bahwa variabel daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di objek wisata pantai Berawe. Penelitian yang dilakukan oleh (Kerap et al., 2022: 317) menunjukkan bahwa Daya tarik wisata secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung di Pantai Tulap kecamatan kambi kabupaten minahasa. Penelitian oleh (Sari & Bachri, 2022: 204–210) ditemukan bahwa daya tarik wisata dan minat berkunjung secara parsial dan simultan terdapat pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Penelitian oleh (Ishaka, 2020) Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Daya Tarik berpengaruh terhadap Minat berkunjung pada Pantai Lawata Kota Bima. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil penelitian dimana nilai t_{hitung} sebesar 2,590 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,985 ($2,590 > 1,985$). Penelitian terakhir oleh (Marpaung, 2019: 144–156) Hasil penelitian menunjukkan a) Daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan fasilitas wisata berpengaruh langsung dan signifikan baik terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat kunjungan ulang wisatawan.

Pengaruh Fasilitas (X_3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu, dimana $\text{sig} = 0,001 < 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $3.511 > 1.661$. Skor rata-rata variabel fasilitas Pantai Sasak Pohon Seribu yang terdiri dari 9 pertanyaan, dimana nilai rata-rata 4,27 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 85,38%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas Pantai Sasak Pohon Seribu dalam kategori Sangat Baik. Indikator paling dominan pada variabel fasilitas Pantai Sasak Pohon Seribu adalah perlengkapan dimana nilai rata-rata 4,39 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 87,87%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator perlengkapan dalam kategori Sangat Baik.

Menurut Tjiptono (2019) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas fungsinya adalah memenuhi kebutuhan wisatawan selama tinggal untuk sementara waktu di destinasi wisata yang dikunjungi. Sehingga apabila suatu destinasi memiliki fasilitas yang lengkap maka akan mempengaruhi konsumen untuk berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni et al (2022) menyatakan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara lokasi, fasilitas, citra, harga, pelayanan terhadap keputusan berkunjung karena nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , maka dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Penelitian

oleh (Sari & Bachri, 2022: 204–210) Dari hasil penelitian ditemukan bahwa daya citra destinasi, tarik wisata, dan fasilitas layanan secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Penelitian oleh (Ester et al., 2020: 145–153) Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan di Citra Niaga Samarinda. Penelitian oleh (Marpaung, 2019: 144–156) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya tarik wisata, destinasi dan fasilitas wisata, berpengaruh langsung dan signifikan baik terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat kunjungan ulang ke wisatawan (Engkizar et al., 2024).

Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan variabel citra destinasi, daya tarik, fasilitas berpengaruh positif dan signifikan signifikan bersama-sama terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu. Skor rata-rata variabel kunjungan wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu yang terdiri dari 15 pertanyaan, dimana nilai rata-rata 4,22 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 84,40%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kunjungan wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu dalam kategori Sangat Baik. Indikator paling dominan pada variabel kunjungan wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu adalah *Purchase decision* (keputusan pembelian) dimana nilai rata-rata 4,40 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 88,07%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator *Purchase decision* (keputusan pembelian) dalam kategori Sangat Baik. Keputusan berkunjung adalah suatu keputusan yang diambil oleh seseorang yang akan melakukan perjalanan ke suatu tempat wisata tertentu untuk berlibur. Keputusan pengunjung untuk memilih objek wisata yang dipilih pada dasarnya merupakan salah satu bentuk pengambilan keputusan (Jerome, 2018). Menurut Firmansyah (2019) keputusan berkunjung adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Baidar et al, 2023). Penelitian (Sari & Bachri, 2022: 204–210), Dari hasil penelitian ditemukan bahwa daya tarik wisata dan fasilitas layanan secara simultan terdapat pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Penelitian oleh (Ester et al., 2020: 145–153) Hasil penelitian membuktikan bahwa Variabel Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan kota samarinda. Penelitian oleh (Ishaka, 2020) Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Daya Tarik, destinasi dan fasilitas berpengaruh terhadap Minat berkunjung pada Pantai Lawata Kota Bima. Penelitian oleh (Marpaung, 2019: 144–156) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya tarik wisata, destinasi dan fasilitas wisata berpengaruh langsung dan signifikan baik terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. Penelitian Oleh (Christy, 2019: 5505–5513) Hasil ini menunjukkan bahwa variabel daya tarik, destinasi wisata dan fasilitas jika dilakukan bersama secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisatawan danau linow.

KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu, indikator dominan masing-masing variabel adalah indikator paling dominan pada variabel citra destinasi Pantai Sasak Pohon Seribu adalah Akses menuju Pantai sasak mudah dijangkau dimana nilai rata-rata 4,52 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 90,47%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator Akses menuju Pantai sasak mudah dijangkau dalam kategori Sangat Baik. Indikator paling dominan pada variabel daya tarik Pantai Sasak Pohon Seribu adalah *attraction*

(Atraksi) dimana nilai rata-rata 3,99 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 79,33%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator *attraction* (Atraksi) dalam kategori Baik. Indikator paling dominan pada variabel fasilitas Pantai Sasak Pohon Seribu adalah perlengkapan dimana nilai rata-rata 4,39 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 87,87%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator perlengkapan dalam kategori Sangat Baik. Citra destinasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu. Daya tarik secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu. Variabel citra destinasi, daya tarik, fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Sasak Pohon Seribu.

SARAN

Dari kesimpulan tersebut, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut. Indikator terendah variabel keputusan berkunjung adalah *need recognition* (pengenalan kebutuhan), dimana nilai rata-rata 4,01 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 80,20%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator *need recognition* (pengenalan kebutuhan) dalam kategori Baik. Oleh sebab itu sebaiknya pihak pengelola bisa mengelola pantai sesuai kebutuhan pengunjung seperti tersedia tempat ibadah, sarana wc umum, tempat makan dan lainnya. Indikator terendah variabel citra destinasi adalah *unique image* (citra destinasi yang unik), dimana nilai rata-rata 4,20 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 84,00%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator *unique image* (citra destinasi yang unik) dalam kategori Sangat Baik. Oleh sebab itu sebaiknya pihak pengelola bisa mengelola pantai menjadi unik dimata pengunjung dan memberikan daya tarik tersendiri pantai seperti memberikan keunikan dalam hal makanan, pemandangan yang bisa dilihat wisatawan dan lainnya. Indikator terendah variabel daya tarik adalah *accessibility* (mudah dicapai), dimana nilai rata-rata 3,67 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 73,40%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator *accessibility* (mudah dicapai) dalam kategori Baik. Oleh sebab itu sebaiknya pihak pengelola bisa mengelola pantai agar mudah dicapai oleh pengunjung. Sarana dan prasarana transportasi harus lancar dan perlu disediakan tenaga penunjang jalan menuju objek wisata bagus. Indikator terendah variabel fasilitas adalah unsur pendukung, dimana nilai rata-rata 4,15 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 82,93%. Hal ini menunjukkan bahwa indikator unsur pendukung dalam kategori Sangat Baik. Oleh sebab itu sebaiknya pihak pengelola bisa mengelola pantai agar memiliki berbagai pilihan arena bermain agar pengunjung tidak hanya melihat pantai akan tetapi ada pilihan alternatif lain yang dilihat ke pantai. Seperti arena bermain anak-anak, tempat ibadah dan lainnya.

REFERENSI

- Adel, S., & Anoraga, B. (2023). Afghan Youth's Expectation for Educational, Economic and Political Development during the Reign of Taliban. *International Journal of Islamic Studies Higher Education*, 2(1), 16–27.
- Arifin, Z., Lubis, T., Ath-Thukhi, A. M., Alsokari, T., Ainin, M., & Taufan, M. (2024). Analyzing the Problems of Arabic Language Learning in Higher Education. *International Journal of Islamic Studies Higher Education*, 3(3).
- Arikunto, S. (2017). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ariyanto. (2017). *Ekonomi Pariwisata*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Baidar, B., Mutathahirin, M., & Fitriani, F. (2023). Implementation of Card Sort Learning Media in Islamic Education Class in MIN. *Khalaqa: Journal of Education and Learning*, 1(2), 1-10.

- Bakaruddin. (2017). *Perkembangan dan Permasalahan Kepariwisata*. UNP Press. Padang.
- Christy. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA. Vol.7 No.4 Oktober 2019, Hal. 5505-5514, 7.*
- Cravens, D. (2018). *Pemasaran Strategi*. Erlangga :Jakarta.
- Damanik. (2017). *Perencanaan Ekowisata*. Pusbar UGM. Yogyakarta.
- Engkizar, E., Jaafar, A., Sarianto, D., Ayad, N., Rahman, A., Febriani, A., ... & Rahman, I. (2024). Analysis of Quran Education Problems in Majority Muslim Countries. *International Journal of Islamic Studies Higher Education*, 3(1), 65-80.
- Engkizar, Engkizar, K. Munawir, Soni Kaputra, Zainul Arifin, Syafrimen Syafril, Fuady Anwar, and Mutathahirin Mutathahirin. "Building of Family-based Islamic Character for Children in Tablighi Jamaat Community." *Ta'dib* 24, no. 2 (2021): 299-310.
- Ester, A., Syarifah, H., & ZA Zainurossalamia Saida. (2020). Pengaruh daya tarik wisata citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning & strategy)*. Qiara Media.Pasuruan. Diambil dari <http://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JMB/article/view/510>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hafizi, M. Z. A. A. A., Satrianis, S., Ikhsan, M., Putra, P. E., Violanita, U., & Syafrizal, S. (2022). The Level of Knowledge and Practice of Students Regarding Worship in Senior High Schools. *International Journal of Multidisciplinary Research of Higher Education (IJMURHICA)*, 5(4), 120–126. <https://doi.org/10.24036/ijmurhica.v5i4.148>
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11.
- Huriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen : Teori dan Praktek*. PT Salemba Empat, Jakarta.
- Idris. (2018). *Analisis Data Kuantitatif*. UNP Press. Padang.
- Ishaka, Y. A. (2020). Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Pada Pantai Lawata Kota Bima. *MALA'BI: Jurnal Manajemen Ekonomi STIE Yapman Majene*, 3.
- Jerome. (2018). *Dasar-Dasar Pemasaran. (Peterjemeh Agus Darma)*. Erlangga :Jakarta.
- Kerap, V. T., Lumanauw, B., & Lintong, D. C. . (2022). Pengaruh Advertising, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Tulap Kecamatan Kombi Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10.
- Kotler. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kurtz, B. dan. (2017). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Erlangga :Jakarta.
- Leman. (2017). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Gramedia.Jakarta.
- Mahardika, F. dan. (2018). *Pengantar Manajemen*. Deepublish. Yogyakarta.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1.
- Masrin, I., & Akmalia, O. K. (2019). Strategi pemasaran untuk meningkatkan kedatangan wisatawan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5.

- Mutathahirin, M., Hudamahya, A., & Hamdi, H. (2020). Community Assessment of Salafi Studies in the City of Padang. *International Journal of Multidisciplinary Research of Higher Education (IJMURHICA)*, 3(2), 47-55.
- Nadhirah, A. N., Kurniawati, T., & Nor, Z. B. M. (2023). Analysis of the Influence of Investment in Education and Health on Economic Growth in Malaysia. *International Journal of Multidisciplinary Research of Higher Education (IJMURHICA)*, 6(2), 65–77.
- Nafis, R. (2020). Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisatawan Domestik di Pantai Balekambang, Kabupaten Malang). *Jurnal Ilmu ekonomi dan Bisnis*, 8.
- Pitana, I.G., & D. (2017). Pengantar Ilmu Pariwisata. (Vol. 87, hal. 149–200). Andi offist: Yogyakarta.
- Sari, U. P., & Bachri, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JAMUT)*, 8.
- Setiawan, F. A., & Arisanty, D. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Air Terjun Lano Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong. *Jurnal PAKIS Publikasi Berkala Pendidikan Ilmu Sosial: Volume 1, Nomor 1, Maret 2021*, 1.
- Sinaga, O. (2017). *Dasar-DasarPemasaran*. Karya Putra Dawati. Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Supriyadi. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang Pressindo. Yogyakarta.
- Swastha, B. (2020). *Manajemen Penjualan*. BPFE – Yogyakarta.
- Tengku Putri Lindung Bulan, Erni Junaida, & M.Herdi Maitama. (2021). Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2.
- Tjiptono. (2019). *Strategi pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Utama. (2017). *Pemasaran Parivisata*. Andi offist: Yogyakarta.
- Wahyuni, S., Anggriani, I., & Putra, I. U. (2022). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10.
- Yoeti. (2017). Pengantar Pariwisata. Angkasa. Bandung.

Copyright holder:

© Yulfi, N., F. Yulistia, Sunreni.

First publication right:

Jurnal Riset Manajemen

This article is licensed under:

CC-BY-SA