



Pengaruh Promosi, Aksesibilitas, Fasilitas Dan Harga Pada Kepuasan Pengunjung Pantai Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi

Icha Rohali*, Haris Hermawan, Ahmad Izzuddin

Universitas Muhammadiyah Jember

Abstrak: Di Indonesia tepatnya di Kabupaten Banyuwangi dikenal sebagai daerah dengan sejumlah objek wisata yang menunjukkan keberadaan pantai, salah satunya adalah wisata Pantai Gumuk Kantong. Kepuasan pengunjung di Pantai Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi, sedang diteliti untuk mengetahui sejauh mana promosi, aksesibilitas, fasilitas, dan harga memengaruhi kepuasan tersebut. Responden dalam studi kuantitatif ini adalah 220 pengunjung pantai Gumuk Kantong. Kuesioner diberikan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk mengumpulkan data, dengan tujuan memilih responden yang dianggap paling sesuai dan relevan. dipakai sejumlah teknik analisis data, seperti pengujian instrumen data, analisis data, pengujian asumsi klasik, regresi linier berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi, di antara teknik lainnya. Di Pantai Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi, pengunjung cenderung lebih puas dengan pengalaman mereka jika ditawarkan harga yang lebih baik, akses yang lebih mudah, fasilitas yang lebih baik, dan lebih banyak kesempatan promosi.

Kata Kunci: Promosi, Aksesibilitas, Fasilitas, Harga, Kepuasan Pengunjung

DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2651>

*Correspondence: Icha Rohali

Email: icha071102@gmail.com

Received: 25-05-2025

Accepted: 25-06-2025

Published: 25-07-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: In Indonesia, Banyuwangi Regency is known as an area with a number of tourist attractions that show the existence of beaches, one of which is the Gumuk Kantong Beach tourist attraction. Visitor satisfaction at Gumuk Kantong Beach, Muncar, Banyuwangi, is being studied to determine the extent to which promotion, accessibility, facilities, and price affect this satisfaction. Respondents in this quantitative study were 220 visitors to Gumuk Kantong Beach. The questionnaire was given using a purposive sampling technique to collect data, with the aim of selecting respondents who were considered the most appropriate and relevant. A number of data analysis techniques were used, such as data instrument testing, data analysis, classical assumption testing, multiple linear regression, hypothesis testing, and coefficient of determination, among other techniques. At Gumuk Kantong Beach, Muncar, Banyuwangi, visitors tend to be more satisfied with their experience if offered better prices, easier access, better facilities, and more promotional opportunities.

Keywords: Promotion, Accessibility, Facilities, Prices, Visitor Satisfaction

Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi cepat pada lapangan kerja, pendapatan, dan standar hidup dapat dicapai melalui industri pariwisata. Pariwisata dapat menggerakkan sektor-sektor produksi lainnya di kota-kota, daerah, dan negara yang menerima wisatawan. Seiring berjalannya waktu, seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan, industri pariwisata telah berkembang menjadi sektor yang dinamis yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan. Untuk mendorong pemerataan kesempatan

berusaha dan distribusi manfaat, serta agar sektor pariwisata mampu menghadapi tantangan di tingkat lokal, nasional, dan regional, diperlukan regulasi yang mengatur pengelolaan dan pengembangannya Fadilla (2024). Di kawasan wisata populer berupaya keras untuk memastikan pelanggan puas agar dapat memperoleh lebih banyak keuntungan. Promosi, aksesibilitas, fasilitas, dan harga adalah beberapa cara yang dapat digunakan oleh usaha pariwisata untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut Sumarwan dalam Herwanto (2024) promosi adalah bagaimana produsen menyampaikan mengenai produk-produknya, sehingga konsumen mengenal produk dan dapat diyakinkan bahwa produk tersebut dibutuhkan konsumen. Mempermudah akses ke wisata populer adalah salah satu cara untuk meningkatkan aksesibilitas pariwisata. Menurut Kotler dan Armstrong (2019), promosi adalah serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk menginformasikan keunggulan produk sekaligus membujuk konsumen agar mau membeli produk yang tersedia. Menurut Tjiptono (2014), aksesibilitas merujuk pada tempat yang bisa dijangkau dengan mudah atau dapat dicapai menggunakan transportasi biasa. Aksesibilitas dapat didefinisikan sebagai faktor yang menunjukkan kemudahan yang dimiliki wisatawan dalam mencapai tujuan mereka, baik dengan cepat maupun lambat, serta ketersediaan transportasi umum. Sebuah tempat menjadi lebih populer untuk dikunjungi karena infrastruktur jalannya, lokasinya yang dekat dengan jalan raya, dan kemudahan transportasi ke objek wisata (Bayu Permadi et al., 2024). Menurut Kotler (2016), fasilitas merujuk pada semua yang disediakan oleh penyedia layanan agar dapat digunakan dan dinikmati oleh pelanggan, dengan tujuan untuk memberikan kepuasan pelanggan yang optimal. Fasilitas adalah segala sesuatu yang memenuhi kebutuhan pengunjung yang selalu hadir di area wisata sehingga mereka dapat bersantai, melepas penat, dan melaksanakan tugas mereka (May, 2024). Ketika lokasi wisata memiliki fasilitas yang mudah diakses, maka banyak pengunjung yang antusias untuk mengunjungi area tersebut. Salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap peningkatan daya tarik wisatawan untuk melakukan kunjungan ialah harga ditentukan. Menurut Kotler dan Armstrong (2017), harga diartikan sebagai total uang yang dikeluarkan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari pemakaian suatu barang atau layanan". Harga adalah harga wajib yang harus dibayar oleh setiap individu ketika membeli sesuatu yang memiliki nilai (Marwah et al, 2022).

Kabupaten Banyuwangi turut bergabung dengan kabupaten-kabupaten lain dalam mempromosikan pariwisata sebagai sarana untuk meningkatkan perekonomian lokal. Industri pariwisata di Kabupaten Banyuwangi sangat beragam. Di antara berbagai lanskap alam yang terdapat di sana, terdapat situs-situs budaya, taman nasional, pantai, gunung, dan hutan. Salah satunya yaitu wisata Pantai Gumuk Kantong, mulai bertransformasi dengan dikelola oleh masyarakat sekitar yang sadar akan pentingnya sektor pariwisata dan membentuk kelompok pengelola wisata Pantai Gumuk Kantong. Wisata Pantai Gumuk Kantong sedang menjadi destinasi populer bagi wisatawan dan penduduk lokal selalu ramai dikunjungi.

Dalam hal Promosi Pantai Gumuk Kantong masih perlu adanya peningkatan, karena promosi merupakan hal yang sangat penting dari proses pemasaran destinasi wisata.

Dengan meningkatnya minat masyarakat untuk berwisata, penting memahami faktor yang berefek pada kepuasan pengunjung, sehingga pengelola dapat meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang ditawarkan. Selain melakukan promosi, aksesibilitas yang baik, fasilitas yang memadai, dan harga yang kompetitif merupakan elemen kunci yang dapat meningkatkan pengalaman pengunjung. Dengan menganalisis pengaruh keempat variabel ini, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan tentang bagaimana masing-masing faktor berkontribusi terhadap kepuasan pengunjung, tetapi juga mengisi kekosongan dalam literatur yang ada, terutama terkait dengan pengaruh fasilitas yang sering kali dianggap penting namun tidak selalu berkontribusi secara signifikan. Hasil bisa dipakai dalam merumuskan strategi lebih efektif dalam meningkatkan promosi, aksesibilitas, memperbaiki fasilitas, dan menyesuaikan harga agar sesuai dengan harapan pengunjung.

Metodologi

Dipakai pendekatan kuantitatif yang dipadukan dengan deskriptif. Peserta dalam studi ini adalah wisatawan ditemui peneliti secara langsung di Pantai Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi. Data responden dikumpulkan menggunakan metode *sampling purposive*, yaitu metode pemilihan berdasar kriteria ditetapkan sebelum nya untuk memastikan representativitasnya. Salah satu faktornya adalah persyaratan bahwa semua tamu harus berusia minimal 17 tahun. Penelitian ini memerlukan 220 responden atau sampel, berdasar 22 indikator dikalikan 10.

Tabel 1. Data Pengunjung Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi 2021 – 2024

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung
1.	2021	9.000
2.	2022	19.820
3.	2023	45.065
4.	2024	63.380

Sumber: Pengelola Pantai Gumuk Kantong Tahun 2021 – 2024

Hasil dan Pembahasan

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Data

No	Item Pernyataan	Kriteria 1		Kriteria 2		Keterangan
		Nilai r tabel	Nilai r hitung	Nilai sig	<i>alpha</i>	
Promosi (X ₁)						
1	Item 1	0.132	,739	0.000	0,05	Valid
2	Item 2		,715	0.000	0,05	
3	Item 3		,701	0.000	0,05	
4	Item 4		,539	0.000	0,05	
Aksesibilitas (X ₂)						
1	Item 1	0.132	,658	0.000	0,05	Valid
2	Item 2		,582	0.000	0,05	
3	Item 3		,603	0.000	0,05	

4	Item 4		,456	0.000	0,05	
Fasilitas (X3)						
1	Item 1		,618	0.000	0,05	
2	Item 2	0.132	,591	0.000	0,05	Valid
3	Item 3		,607	0.000	0,05	
4	Item 4		,611	0.000	0,05	
Harga (X4)						
1	Item 1		,645	0.000	0,05	
2	Item 2	0.132	,563	0.000	0,05	Valid
3	Item 3		,590	0.000	0,05	
4	Item 4		,436	0.000	0,05	
Kepuasan Pengunjung (Y)						
1	Item 1		,351	0.000	0,05	
2	Item 2		,493	0.000	0,05	
3	Item 3		,516	0.000	0,05	Valid
4	Item 4	0.132	,476	0.000	0,05	
5	Item 5		,513	0.000	0,05	
6	Item 6		,534	0.000	0,05	

Sumber: Data diolah peneliti 2025

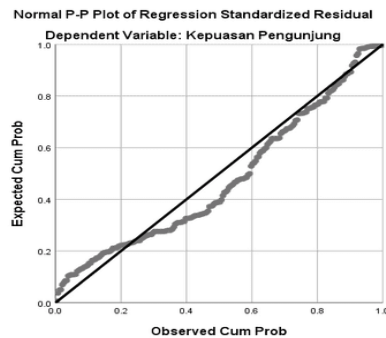
Terlihat hasil, jelas terdapat korelasi valid antara variabel promosi (X1), aksesibilitas (X2), fasilitas (X3), harga (X4), dan kepuasan pengunjung (Y). Alasannya, dengan tingkat signifik < 0,05 (5%), nilai r dihitung > r tabel (0,132). Simpulanya variabel promosi (X1), aksesibilitas (X2), fasilitas (X3), harga (X4), dan kepuasan pengunjung (Y) benar-benar valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standard Alpha	Keterangan
Promosi (X1)	,761	0,06	Reliabel
Aksesibilitas (X2)	,698	0,06	Reliabel
Fasilitas (X3)	,724	0,06	Reliabel
Harga (X4)	,688	0,06	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	,688	0,06	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti 2025

Hasil untuk variabel-variabel berikut diketahui dari Tabel 3: promosi (X1), aksesibilitas (X2), fasilitas (X3), harga (X4), dan kepuasan pengunjung (Y): 0,761 untuk promosi, 0,698 untuk aksesibilitas, 0,724 untuk fasilitas, 0,688 untuk harga, dan 0,688 untuk kepuasan pengunjung. Dengan demikian, keandalan instrumen tersebut telah teruji dengan baik. Ketika Cronbach's Alpha > 0,06, terlihat instrumen bisa diandalkan.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas P-P Plot
Sumber: Software SPSS 25 For Windows 2025

Data yang di pakai terdistribusi secara normal, seperti yang ditunjukkan oleh nilai residu yang tersebar di sekitar diagonal dan mengikuti arahnya dalam analisis Normal P-P Plot, yang dilakukan untuk menentukan hasil uji normalitas tertampilkan pada Gambar.

Tabel 4. Hasil Uji One - Sample Kolmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N		220
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.88208126
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.065
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^a

Sumber: Software SPSS 25 For Windows 2025

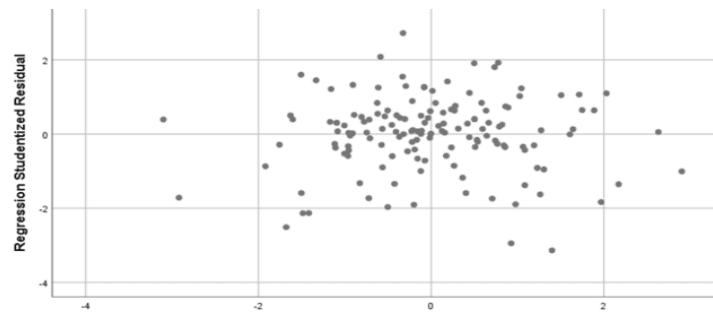
Berdasar hasil dipakai Uji One Sample Kolmogorov-Sminov. Jika $P\text{-value} > \alpha$, asumsi normal diterima dengan tingkat signifikansi $> 0,05$ (5%). Diketahui *Asymp. Sig. (2-tailed)* $0,200 > 0,05$, hal ini berarti data residual ter distribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Promosi (X1)	.840	1.191	Tidak terjadi multikolinearitas
Aksesibilitas (X2)	.895	1.117	Tidak terjadi multikolinearitas
Fasilitas (X3)	.923	1.083	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga (X4)	.915	1.093	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah peneliti 2025

Berdasar hasil terlihat variabel promosi (X1) dengan VIF $1.191 < 10,0$ dan nilai *tolerance* $0,840 > 0,1$, aksesibilitas (X2) dengan VIF $1.117 < 10,0$ dan *tolerance* $0,895 > 0,1$, fasilitas (X3), VIF $1.083 < 10,0$ dan *tolerance* $0,923 > 0,1$, harga (X4), VIF $1.093 < 10,0$ dan *tolerance* $0,915 > 0,1$ simpulanya seluruh hasil dinyatakan tidak *multikolonieritas*.

**Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas**Sumber: *Software SPSS 25 For Windows 2025*

Ditampilkan hasil diagram pencar uji heteroskedastisitas, distribusi data tidak teratur dan tampak tersebar diatas dan dibawah tanda 0 di Y. simpulanya tidak ada heteroskedastisitas dinilai residu.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	.867	.867	
Promosi	.043	.452	.145
Aksesibilitas	.021	.085	.159
Fasilitas	.071	.045	.132
Harga	.053	.642	.245

Sumber: Data diolah peneliti 2025

Berdasar Hasil bisa tersusun bentuk persamaan regresi:

$$Y = 0,867, 0,043 X_1 + 0,021X_2 + 0,071 X_3 + 0,053 X_4 + e$$

Berikut penjelasan dari persamaan yakni :

1. Persamaan bisa dipaparkan jika konstanta 0,867 yang artinya apabila variabel promosi (X₁), aksesibilitas (X₂), fasilitas (X₃), dan (X₄) nilainya konstan atau tidak berubah, maka kepuasan pengunjung (Y) dengan 0,867.
2. Koefisien promosi 0,043 positif, jika variabel promosi (X₁) naik 1 dengan signifk, dan yang lain (aksesibilitas, fasilitas, harga) nilainya tetap, maka variabel promosi (X₁) naik dari kepuasan pengunjung (Y) 0,043. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun 0,043.
3. Koefisien aksesibilitas 0,021 dan positif, jika aksesibilitas (X₂) naik 1 satuan dengan signifk, dan yang lain (promosi, fasilitas, harga) tetap, maka variabel aksesibilitas (X₂) meningkatkan nilai dari variabel kepuasan pengunjung (Y) 0,021. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun 0,021.
4. Koefisien fasilitas 0,071 positif, jika fasilitas X₃ naik 1 satuan dengan siignifik, dan yang lain (promosi, aksesibilitas, harga) tetap, maka fasilitas (X₃) naik dari kepuasan pengunjung (Y) 0,071. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun 0,071.

5. Koefisien harga 0,053 positif, jika harga (X4) naik 1 satuan dengan signifk, dan yang lain (promosi aksesibilitas, fasilitas) tetap, maka variabel harga (X4) meningkatkan nilai dari variabel kepuasan pengunjung (Y) 0,053. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun 0,053.

Tabel 7. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	Sig Hitung	Taraf Signifikansi	t hitung	t tabel
Promosi (X1)	0,000	0,05	2,994	1,971
Aksesibilitas (X2)	0,000	0,05	8,058	1,971
Fasilitas (X3)	0,000	0,05	12,091	1,971
Harga (X4)	0,000	0,05	5,106	1,971

Sumber: Data diolah peneliti 2025

Didapat hasil uji t (*Parsial*) dibawah ini:

1. Promosi berefek signifk pada Kepuasan Pengunjung
Variabel Promosi dengan sig 0,000 bahwa nilai tersebut kurang dari taraf sig 0,05. Tapi t hitung didapatkan nilai 2,994 > dari t tabel 1,971. Dinyatakan variabel promosi berefek signifikan pada variabel kepuasan. Sehingga, H1: Variabel Promosi berefek secara baik dan signifk pada variabel kepuasan pengunjung “diterima”.
2. Aksesibilitas berefek signifk pada Kepuasan Pengunjung
Variabel aksesibilitas dengan signifikansi 0,000 , < 0,05. Sedangkan t hitung 8,058 > dari t tabel 1,971. Dinyatakan variabel aksesibilitas berefek signifikan pada variabel kepuasan. Sehingga, H2: Variabel aksesibilitas berefek baik dan signifk pada variabel kepuasan pengunjung “diterima”.
3. Fasilitas berefek signifk pada Kepuasan Pengunjung
Variabel Fasilitas dengan sig 0,000 bahwa nilai tersebut < sig 0,05. Tapi t hitung didapatkan nilai 12,091> dari t tabel 1,971. Terlihat variabel fasilitas berefek signifk pada variabel kepuasan. Sehingga, H3: Variabel fasilitas berefek baik dan signifk pada variabel kepuasan pengunjung “diterima”.
4. Harga berefek signifk pada Kepuasan Pengunjung
Dengan nilai 0.000, variabel harga secara statistik signifikan pada tingkat 0.05. Sementara itu, nilai t yang dihitung, 5.106, > t tabel, yaitu 1.971. Temuan ini memberikan bukti kuat bahwa variabel harga secara signifikan mempengaruhi variabel kepuasan pengunjung. Akhirnya, kita dapat menyimpulkan bahwa H4: Variabel harga secara signifikan dan positif mempengaruhi variabel kepuasan pengunjung, adalah benar.

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.637	.631	.47488

Sumber: Data diolah peneliti 2025

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ddapati *adjusted R-square* 0,631 atau 63,1%. Yang dibulatkan menjadi 63%. Hal itu ber arti kemampuan variabel *dependent* (kepuasan pengunjung) dalam kajian berefek pada variabel *independent* (promosi, aksesibilitas, fasilitas dan harga) 63%, dan 37% dipengaruhi oleh faktor lain meliputi (daya tarik, kualitas pelayanan, keamanan) diluar variabel penelitian.

Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung

Promosi yang efektif dapat membuat calon pengunjung lebih sadar akan keberadaan suatu tempat atau produk, serta memberikan informasi detail mengenai daya tarik, fasilitas, harga, dan cara mengaksesnya. Informasi yang jelas dan menarik dapat meningkatkan ekspektasi yang realistis dan pada akhirnya mempengaruhi kepuasan setelah berkunjung. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda variabel promosi menghasilkan kontribusi positif pada kepuasan pengunjung, uji t variabel promosi dengan signifikansi 0,000 bahwa nilai tersebut < sig 0,05. Dan t hitung didapatkan nilai 2,994 > dari t tabel 1,971. Dari uraian didapati variable promosi berefek pada signifk pada variabel kepuasan pegunjung.

Hasil temuan terlihat promosi memegang peranan penting dalam upaya mengenalkan destinasi Pantai Gumuk Kantong kepada masyarakat luas. Konten yang disajikan seputar Pantai Gumuk Kantong di *platfrom* Instagram, Facebook dan Tiktok mampu menarik minat dan rasa ingin tahu calon pengunjung. Kelengkapan informasi dalam promosi juga menjadi faktor penting, di mana mencantumkan detail – detail esensial seperti daya tarik utama, fasilitas yang tersedia, lokasi, aksesibilitas, jam operasional, dan biaya masuk akan memberikan gambaran yang jelas kepada calon pengunjung. Hasil didukung beberapa fakta dan data empiris yakni Wahyudi & Yusra (2021), Herwanto (2024), Rahmawati et al (2024) dan Idris, Sendra & Yanthy (2024) terlihat promosi berefek baik dan signifk pada kepuasan pengunjung.

Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung

Salah satu elemen penting dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas, atau pergerakan orang atau wisatawan dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Ini bisa berjalan baik pada jarak dekat atau jauh. Untuk melaksanakan perpindahan ini, peralatan transportasi dan perlengkapan diperlukan saat bepergian. Aksesibilitas adalah tentang akses terhadap berita/informasi, bila fasilitas tersebut penting dan dapat ditemukan dengan cepat, maka harus memiliki akses jalan yang baik agar memudahkan pengunjung mencapai tempat wisata dan menyelesaikan perjalanannya. Aksesibilitas adalah kemudahan berpindah dari satu tempat ke tempat lain. jika wilayah dengan potensi pariwisata maka wajib berkelengkapan aksesibilitas memadai. Sehingga mudah dikunjungi (Nizhamuddin AB,

2022). Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda variabel promosi menghasilkan kontribusi yang positif terhadap kepuasan pengunjung, uji t variabel aksesibilitas dengan sig 0,000 bahwa nilai tersebut < sig 0,05. Sedangkan t hitung didapatkan nilai 8,058 > dari t tabel 1,971. Hasilnya variabel promosi berefek signifikan pada variabel kepuasan pengunjung.

Hasil temuan terlihat aksesibilitas pada Pantai Gumuk Kantong memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Kemudahan mencapai lokasi pantai, kondisi jalan yang baik, ketersediaan rambu penunjuk arah yang jelas berperan besar dalam membentuk pengalaman positif pengunjung sejak awal perjalanan mereka. Hasil sesuai beberapa fakta dan data empiris oleh Natalia (2020), Sudarwan (2021), Syafril (2022), Jonathan & Istriani (2023), Bayu Permadi et al (2024), (Octaviani, 2025) dan para peneliti lainnya membuktikan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung

Fasilitas adalah sesuatu memenuhi kebutuhan pengunjung yang selalu hadir di area wisata sehingga mereka dapat bersantai, melepas penat, dan melaksanakan tugas mereka (May, 2024). Ketika lokasi wisata memiliki fasilitas yang mudah diakses, maka banyak pengunjung yang antusias untuk mengunjungi area tersebut. Fasilitas merupakan prasyarat yang diperlukan harus ada sebelum layanan apa pun ditawarkan pada pengguna. Fasilitas menjadi aspek sangat penting pada industri jasa. Sehingga, fasilitas yang sekarang tersedia, termasuk kondisinya, desain interior dan eksteriornya, serta kebersihannya, harus dipertimbangkan dengan cermat, terutama yang berkaitan erat dengan pengalaman pengguna. Meskipun uji t untuk variabel fasilitas menghasilkan tingkat sign 0,000, < t sig 0,05, hasil analisis regresi linier berganda memaparkan variabel promosi berkontribusi positif pada kepuasan pengunjung. Nilai t tabel 1,971, sedangkan t dihitung 12,091. Temuan ini memberikan bukti kuat bahwa variabel fasilitas secara signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung.

Hasil temuan fasilitas ber efek baik dan sig pada kepuasan pengunjung Pantai Gumuk Kantong. Fasilitas yang memadai, seperti toilet bersih, mushola, tempat sampah yang cukup, area parkir yang luas, serta ketersediaan warung makan dan tempat duduk, secara langsung meningkatkan kenyamanan dan kemudahan pengunjung, namun masih kurangnya persediaan tempat meneduh ketika cuaca tidak menentu. Meskipun ada keterbatasan tetapi tidak mengurangi keinginan pengunjung mengunjungi Pantai Gumuk Kantong. Hasil sesuai oleh beberapa fakta dan data empiris yang menyatakan Syafril, (2022), Putri (2022), Simbolon et al.,(2022), Sa'adah (2023), Pakpahan & Manurung (2024) dan para peneliti lainnya membuktikan bahwa fasilitas berefek baik dan signifikan pada kepuasan pengunjung.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung

Salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap peningkatan daya tarik wisatawan untuk melakukan kunjungan adalah harga yang ditetapkan. Harga ialah harga wajib dibayar oleh setiap individu ketika membeli sesuatu yang dengan (Pada et al., n.d.). Harga tiket memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Persepsi

pengunjung terhadap nilai yang diterima akan sangat dipengaruhi oleh harga tiket yang mereka bayar. Jika harga lebih rendah daripada kualitas dan nilai yang diperoleh, kepuasan pengguna akan lebih tinggi. Setelah menganalisis data menggunakan regresi linier berganda, kami menemukan bahwa variabel promosi memiliki dampak positif terhadap kepuasan pengunjung. Namun, hasil uji t untuk variabel harga 0.000, yakni < 0.05 . Meskipun nilai t pada tabel 1.971, nilai t yang dihitung ialah 5.106, yang lebih tinggi. Jadi, dari temuan ini jelas variabel harga secara signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung.

Hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki peran signifikan dalam menentukan kepuasan pengunjung, terutama ketika terdapat keseimbangan antara harga yang ditawarkan dengan fasilitas dan pengalaman yang didapatkan. Dilihat dari perbandingan harga tiket masuk wisata lain lebih terjangkau daripada pantai gumuk kantong, maka dari itu dalam upaya menarik minat wisatawan dengan sensitivitas harga, Pantai Gumuk Kantong perlu mengimplementasikan strategi penetapan harga yang lebih kompetitif dibandingkan destinasi wisata serupa. Dengan menekan biaya yang harus dikeluarkan wisatawan, Pantai Gumuk Kantong dapat menjadi pilihan yang lebih menarik dan dijangkau oleh segmen pasar yang lebih luas, sehingga meningkatkan daya saingnya di antara destinasi wisata lainnya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan dan didukung oleh beberapa fakta dan data empiris yang menyatakan Syafril (2022), Rizdiyanti (2022), Set al., (2023), Pakpahan & Manurung (2024), Fahrezy, Iva Nurfarida, (2024), Khalid & Fauza (2024), dan para peneliti lainnya membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Simpulan

Penelitian guna mengetahui efek secara individu (*parsial*) antar variabel *independent* (Promosi, Aksesibilitas, Fasilitas dan Harga) pada variabel *dependent* (Kepuasan Pengunjung). Berdasar hasil, pembahasan dan interpretasi yang diuraikan didapatkan hal berikut:

1. Hasil terlihat promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pengunjung Pantai Gumuk Kantong. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa seluruh indikator promosi yang diteliti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, yang berdampak positif pada peningkatan efektivitas media promosi. Oleh karena itu, pihak pengelola Pantai Gumuk Kantong perlu memperhatikan dan mengoptimalkan setiap indikator promosi ini guna menciptakan dan meningkatkan kepuasan pengunjung.
2. Hasil terlihat aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pengunjung Pantai Gumuk Kantong. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan aksesibilitas melalui jalan yang mudah dilalui akan memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk mencapai destinasi. Oleh karena itu, pengelola disarankan untuk terus berupaya memperbaiki dan meningkatkan akses menuju Pantai Gumuk Kantong.

3. Hasil terlihat fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pengunjung Pantai Gumuk Kantong. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kelengkapan, kebersihan, dan keamanan fasilitas, serta penyediaan petunjuk dan tanda yang jelas, akan memudahkan pengguna. Oleh karena itu, pengelola disarankan untuk terus berupaya memperbaiki dan meningkatkan kualitas fasilitas di Pantai Gumuk Kantong.
4. Hasil terlihat harga berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pengunjung Pantai Gumuk Kantong. Hal ini mengindikasikan bahwa harga yang terjangkau harus sebanding dengan apa yang didapatkan pengunjung. Oleh karena itu, pengelola disarankan untuk terus berupaya memperbaiki dan meningkatkan kualitas sarana prasarana di Pantai Gumuk Kantong.

Saran

1. Bagi pihak Pantai Gumuk Kantong

Dari hasil penelitian terkait hasil pada variabel promosi, aksesibilitas, fasilitas, serta harga dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung Pantai Gumuk Kantong, Fasilitas merupakan variabel yang pengaruhnya paling besar terhadap kepuasan pengunjung. Objek wisata pantai Gumuk kantong sebaiknya mengembangkan dan menerapkan program yang fokus pada peningkatan fasilitas. Hal ini pengelola dapat melakukan audit dan memprioritaskan peningkatan fasilitas dasar serta fasilitas pendukung, menjaga kebersihan dan pemeliharaan secara rutin, memperjelas petunjuk dan tanda, serta melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaannya. Jika objek wisata semakin ditingkatkan karena hal ini dapat meningkatkan pengunjung untuk berwisata di Pantai Gumuk kantong. Beberapa pun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika fasilitasnya tidak memadai, maka keinginan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut akan diurungkan seluruh fasilitas itu dibangun dengan tujuan menimbulkan rasa betah dan nyaman kepada wisatawan untuk tinggal lebih lama di objek wisata tersebut dan berniat untuk kembali lagi kesana dilain kesempatan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan variabel yang diteliti. Selain promosi, aksesibilitas, fasilitas, dan harga, faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan, citra destinasi, daya tarik alam, dan keterlibatan wisatawan dapat dipertimbangkan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kepuasan pengunjung. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian yang lebih beragam, seperti metode kualitatif melalui wawancara mendalam dengan pengunjung dan pengelola untuk mendapatkan data yang lebih kaya dan mendalam. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel sehingga tolak ukur kebenaran dalam penelitian dapat mewakili populasi dalam penelitian agar hasil penelitian bisa lebih akurat.

Daftar Pustaka

- Fadilla, H. (2024). Pengembangan Sektor Pariwisata untuk meningkatkan Pendapata Daerah Di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1), 36–43. <https://doi.org/10.70437/benefit.v2i1.375>
- Fahrezy, G. A., Nurfarida, I. N. & Wilujeng, S. (2024). *Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Safari II Prigen Pasuruan*. 2012, 58–63.
- Herwanto, T. &. (2024). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Promosi , Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Pantai Setigi Heni Kecamatan Rajabasa Lampung Selatan*. 5(2), 555–569.
- Hutasoit, A. H., & Lubis, T. W. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(2), 183–194. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i2.1028>
- Idris, N. M. (2024). *Pengaruh Bauran Promosi Media Sosial dan Destinasi Image on Kepuasan Pengunjung di Puncak Lima Jari , Jakarta Selatan Sulawesi Jurnal Asia Manajemen Kewirausahaan dan Ilmu Sosial*. 650–668.
- Jonathan, & Istriani. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Museum Benteng Vredeborg Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia - e-ISSN 3026-4499*, 1, 55–71. <https://doi.org/10.47747/snfmi.v1i.1463>
- Kamar, T. P. (2024). Perkembangan Pariwisata April 2024. *Badan Pusat Statistik (BPS)*, 42, 1–20.
- Khalid, F. &. (2024). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Citra Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Mini Indonesia Indah (TMII). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4, 1231–1244. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/9388>
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Marwah, A. H. & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Pantai Terhadap Daya Tarik Pengunjung Wisata Pantai Sejarah. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 118–133. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i2.284>
- Natalia, C. Y., Karini, N. & Mahadewi, N. (2020). *Pengaruh Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Ke Broken Beach Dan Angel's Billabong Clarissa*. 8(1), 10–17.
- Nizhamuddin, A. B. (2022). Pengaruh Attraction, Amenities, Accessibilities, Infrastructure Terhadap Kepuasan Pengunjung ke Tempat Wisata Taman Oval Markoni. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 133–141. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i2.102.133-141>
- Octaviani, L. K. (2025). *Pengaruh amenities dan aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan pada wisata bahari pantai melasti bali* 1. 1–10.
- Pakpahan, J. M. R. P. & Manurung, J. S. (2024). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Bukit Holbung di Kabupaten Samosir. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(2), 45–53. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i2.1701>

- Permadi, B., Berlian, E. P., Firdausya, N. A. & Yusuf, R. (2024). Pengaruh Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Taman Satwa Cikembulan Di Kabupaten Garut. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(2), 235–249. <https://doi.org/10.55606/mri.v2i2.2515>
- Putri, E. K. D., Haryati, R. & Firdaus, T. R. (2022). Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata Dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Puncak Lawang Agam. *Jurnal Matua*, 4(2), 387–396. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/582>
- Rahmawati, P. D., Wahyuningsih, T. H., Tinggi, S., Manajemen, I., & -Indonesia, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Monumen Yogya Kembali. *Tri Harsini Wahyuningsih*, 5(1), 73–83.
- Sa'adah, L., Prawoto, E., Meftahudin, M., & Trihudiyatmanto, M. (2023). Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Lubang Kilat Di Desa Riam Tinggi Kabupaten Lamandau. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 3(3), 63–76. <https://doi.org/10.32699/jamasy.v3i3.5406>
- Simbolon, S., Prana, R. R., & Mubarak, H. (2022). Pengaruh Promosi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung pada Monaco Park Kabupaten Deli Serdang. *Journal of Management and Economics Research*, 1(1), 35.
- Sudarwan, Zahra, & T. (2021). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 284–294. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.29>
- Syafril, R. K., Handayati, R. & Rosyad, S. (2022). Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Destinasi Wisata Pantai Maldives Lamongan the Effect Prices, Facilites, and Tourism Accessibility on the Satisfaction of Maldives Lamongan Beach Destination Visitors. *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)*, 4, 1–10.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wahyudi, R., & Yusra, I. (2021). Pengaruh Promosi, Harga Dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Air Manis Padang. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(2), 33369.