



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 10544-10553

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan
Wisatawan Pantai La Repa Desa Sipolha Horison
Kabupaten Simalungun

Leo Fernando Simatupang^{1✉}, Sotarduga Sihombing²

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar,
Pematangsiantar, Indonesia

Email: leo.uhkbp@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pantai La Repa desa Sipolha Kabupaten Simalungun. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan metode survei. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengunjung Pantai Grace Desa Tigaras dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden diperoleh berdasarkan Non Probability sampling dengan teknik Accidental Sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan Observasi, Angket dan Dokumentasi. Angket penelitian diuji menggunakan uji Validitas dan uji reabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif Antara promosi terhadap minat kunjungan wsatawan, terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap Minat kunjungan, terdapat pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan.

Kata Kunci: *Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Kunjungan*

Abstract

This research was conducted with the aim of determining the influence of promotion and service quality on tourist interest in visiting La Repa Beach, Sipolha village, Simalungun Regency. This research uses quantitative research and survey methods. The population in this research is visitors to Grace Beach, Tigaras Village with a sample size of 50 respondents obtained based on Non Probability sampling using the Accidental Sampling technique. Data collection techniques use observation, questionnaires and documentation. The research questionnaire was tested using validity tests and reliability tests. The data analysis techniques used are classical assumption testing and hypothesis testing. The results of this research show that there is a positive influence between promotion on interest in visiting tourists, there is a positive influence of service quality on interest in visiting, there is an influence of promotion and service quality on interest in visiting.

Keywords: Promotion, Service Quality, Interest in Visits

PENDAHULUAN

Keunggulan suatu objek wisata sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan wisata. Melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung diharapkan pengunjung akan merasa puas setelah melakukan kunjungan dan memiliki minat kunjungan ketempat wisata tersebut. Kepuasan pengunjung tersebut diharapkan mampu menjadi motivasi untuk melakukan kunjungan selanjutnya maupun mengajak orang-orang dekatnya agar mengunjungi objek wisata yang telah dikunjungi sebelumnya.

Secara tidak langsung kepuasan pengunjung mampu melahirkan aktifitas promosi yang dilakukan melalui pengunjung yang telah mengunjungi objek wisata. Pengunjung yang telah mengunjungi objek wisata dan mengalami kepuasan akan memiliki kecenderungan memberikan rekomendasi kepada calon pengunjung lainnya untuk mengunjungi objek tersebut. Hal ini sangat menguntungkan pihak pengelola karena secara tidak langsung mendapatkan bantuan dari pengunjung dalam melakukan promosi

Menurut Firmansyah (2019:66) Promosi yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Promosi adalah cara yang dilakukan perusahaan yang mana mengacu pada teknik-teknik mengkomunikasikan informasi mengenai suatu produk. Ketertarikan konsumen untuk mengunjungi suatu objek wisata dimulai dari diperolehnya dari berbagai media promosi seperti iklan koran, iklan TV, spanduk dan pamflet. Sasaran promosi adalah masyarakat yang belum tau atau masyarakat yang pernah mengunjungi objek wisata yang dimaksud. Melalui promosi yang dilakukan diharapkan pengunjung akan tertarik dan melakukan keputusan untuk mengunjungi objek wisata tersebut.

Menurut Setiadi dalam Putrid dan Puti (2019) mengatakan pengambilan keputusan adalah proses pengkombinasian atau pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih dan memilih salah satu. Dari defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwasannya keputusan pembelian merupakan keputusan yang secara aktual dipengaruhi oleh beberapa faktor dengan mempertimbangkan segala sesuatu dan konsumen akan membeli. Kaitannya dengan dunia pariwisata, keputusan pembelian diasumsikan sebagai keputusan berkunjung sehingga teori-teori mengenai keputusan pembelian juga digunakan dalam keputusan berkunjung. Keputusan pengunjung untuk melakukan kunjungan tidak semata-mata berdasarkan dari informasi yang diperoleh dari promosi, tetapi juga dipengaruhi pengetahuan konsumen mengenai kualitas pelayanan di objek wisata yang bersangkutan.

Menurut Lovelock (2000) dalam rangkuti (2019:20), Kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap jasa yang ditentukan oleh *reliability* (keandalan), *responsibility* (responsifitas), *assurance* (jaminan), *empaty* (empati), dan *tangible* (penampilan fisik) produk. Kepuasan konsumen terjadi jika konsumen telah membandingkan antara harapan dengan penerimanya. Oleh karena itu penyedia jasa promosi untuk mempengaruhi keputusan yang akan dilakukan konsumen. Citra produk akan diterima oleh konsumen melalui promosi yang akan mengarahkan persepsi konsumen terhadap produk tersebut.

Kualitas layanan yang dimiliki suatu objek wisata harus tersampaikan kepada calon pengunjung, sehingga dibutuhkan promosi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi dari pengelola objek wisata kepada calon pengunjungnya. Menurut Arianto (2018: 83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Ketika pengunjung telah mengalami kepuasan atas kunjungan yang dilakukan, maka akan terjadi kecenderungan pengunjung tersebut ingin mengulang kunjungan yang dilakukannya. Pada tahap ini pengunjung yang telah melakukan kunjungan bisa merasa puas maka minat akan membantu dalam penyampaian informasi kepada teman, kerabat, dll. Sehingga memiliki minat kunjungan ke tempat tersebut.

Menurut Asdi dalam Hernita dkk (2019) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang berkunjung ke suatu objek wisata. Ini merupakan tindakan konsumen dalam memilih dan memutuskan berkunjung pada suatu objek wisata berdasarkan pada minat serta pengalaman. Pada tahap ini, promosi dan kualitas pelayanan berperan penting untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung serta memberikan pengalaman yang baik agar pengunjung bisa melakukan kunjungan kembali serta membantu untuk mengajak wisatawan lain untuk berkunjung.

Kabupaten Simalungun merupakan salah satu provinsi Sumatera Utara yang memiliki berbagai potensi yang cukup potensial untuk dikembangkan sebagai daerah tujuan investasi. Salah satu Objek Wisata yang dimiliki Kabupaten Simalungun adalah Pantai La Repa yang terletak di desa Sipolha Horison ,Untuk meningkatkan pelayanan pengelola Pantai La Repa melakukan upaya untuk menambah daya Tarik, pembangunan penginapan, penambahan fasilitas untuk berfoto, menjaga kebersihan pantai, dan menyediakan Gazebo bagi pengunjung. Oleh karena itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola Objek Wisata Pantai La niscaya optimis menjadi penguat bagi mereka dalam mengambil keputusan untuk berkunjung.

Observasi yang dilakukan penulis, Pantai La Repa masih sepi pengunjung dilihat dari tren penurunan pengunjung dari 2 tahun terakhir . Penulis menilai pelayanan pantai La Repa masih sangat kurang dan minim serta belum memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Selain itu, promosi juga belum dilakukan secara optimal. Seperti yang kita ketahui promosi sangat berperan penting dalam kegiatan usaha. Selain memberikan daya Tarik kepada pengunjung yang sebelumnya telah berkunjung, juga dapat menarik perhatian pengunjung yang belum pernah berkunjung. Bukan hanya promosi, pelayanan pantai La Repa juga belum memberikan kenyamanan serta kepuasan kepada pengunjung.

Pembangunan sarana dan prasarana serta upaya meningkatkan kualitas pelayanan Objek Pantai La Repa desa Sipolha Horison Kabupaten Simalungun dilakukan untuk menarik dan memberikan kepuasan kepada pengunjung. Pembangunan sarana dan prasarana tersebut didukung dengan upaya promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media cetak dan media elektronik. Adanya promosi yang maksimal, diharapkan informasi mengenai objek wisata akan tersampaikan dan menjadi daya Tarik bagi masyarakat yang akan mengunjungi objek wisata tersebut.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau cara-cara lain dari kuantifikasi (Pengukuran).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey yang bersifat kuantitatif. Penelitian survey adalah metode yang digunakan untuk penelitian yang menggunakan kuisisioner dan wawancara. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang

dengan mengumpulkan data yang berupa angka atau data berupa kata-kata atau kalimat yang dikonversi menjadi data berbentuk angka (Nanang, 2014:20).

Metode kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi adalah tempat dilaksanakannya suatu penelitian. Peneliti melakukan penelitian tentang Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pengunjung di pantai La Repa desa Sipolha Horison Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara.

Waktu Penelitian adalah jangka waktu lamanya penelitian itu berlangsung. Penelitian dimulai dari bulan Oktober 2023.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1) Populasi

Populasi adalah keseluruhan, totalitas atau generalisasi dari satuan, individu, objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang akan diteliti, yang dapat berupa orang, benda, institusi, peristiwa yang didalamnya dapat memberikan informasi (data) penelitian yang kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini meliputi wisatawan yang berkunjung ke pantai La Repa desa Sipolha Horison Kabupaten Simalungun. Pada penelitian ini, populasi bersifat infinite artinya jumlah populasi tidak diketahui secara pasti.

2) Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi (Sumarni dan Wahyuni, 2006:70). Apa yang dipelajari dari sampel, maka kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini sampel yang diambil adalah sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik Non Probability Sampling. Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam Non Probability Sampling terdapat berbagai cara dalam pengambilan sampel salah satunya adalah Accidental Sampling. Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti

dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah sekumpulan informasi. Data diperoleh dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel (atau populasi). Dalam penelitian ini terdapat dua data menurut sumbernya yakni:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung di lapangan atau lokasi penelitian. Dalam hal ini, peneliti dengan berpedoman kepada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati langsung berbagai hal atau kondisi yang ada di lapangan.

2. Angket

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi atau data dari sumbernya secara langsung.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai bukti dari penelitian yang dilakukan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan pada penelitian dengan metode dokumentasi adalah berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) Terhadap variabel terikat (Y) apakah berpengaruh positif atau negatif. Uji regresi linear berganda di uji dengan menggunakan *IBM SPSS Statistics 22*.

Table 1. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	16.105	6.629		2.430	.019		
Promosi	.099	.137	.100	.718	.476	.924	1.082
Kualitas Pelayanan	.353	.140	.352	2.521	.015	.924	1.082

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan

(Data diolah. 2024)

Dari hasil olah data diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda adalah $Y = 16.105 + 0,099 X_1 + 0,353 X_2$. Berikut adalah penjelasan dari hasil output persamaan regresi:

- 1) Nilai konstanta sebesar 16.105, yang berarti jika variabel kepemimpinan guru dan motivasi belajar bernilai nol (0), maka variabel hasil belajar bernilai positif sebesar 16.105.
- 2) Nilai koefisien X_1 (Promosi) sebesar 0,099 yang berarti terdapat pengaruh yang positif variabel Promosi terhadap Minat Kunjungan.
- 3) Nilai koefisien X_2 (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,353. Maka terdapat pengaruh yang positif variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Kunjungan.

B. Uji Parsial (Uji -t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen (X_1, X_2) terhadap variabel dependen (Y). Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) H_0 dan H_a2 diterima, jika nilai $r_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai sig > α (0,05)
- 2) H_0 dan H_a2 ditolak, jika nilai $r_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai sig < α (0,05)

Tabel 2. Uji Parsial (Uji – t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.105	6.629		2.430	.019
	Promosi	.099	.137	.100	1.767	.476
	Kualitas Pelayanan	.353	.140	.352	2.521	.015

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan

(Data diolah, 2024)

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) t_{hitung} variabel X_1 sebesar 1,767 > t_{tabel} sebesar 1,677 dan taraf signifikan 0,476 > 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_{a1} diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi Terhadap Minat Kunjungan. Promosi berpengaruh positif terhadap Minat Kunjungan wisata .
- 2) t_{hitung} variabel X_2 sebesar 2.521 > t_{tabel} sebesar 1,677 dan taraf signifikan 0,015 < 0,05. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_{a2} diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan . Kualitas Pelayanan berpengaruh positif Terhadap Minat Kunjungan wisata.

C. Uji Simultan (Uji- F)

Uji ini digunakan untuk hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) H_{a3} dan H_{o3} diterima, jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai sig > 0,05
- 2) H_{a3} dan H_{o3} ditolak jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig < 0,05.

Tabel 3. Uji Simultan (Uji – F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	48.994	2	24.497	4.256	.020 ^b
Residual	270.526	47	5.756		
Total	319.520	49			

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi

(Data diolah, 2024)

Berdasarkan hasil pengelolaan SPSS tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Nilai F hitung sebesar $4.256 > 2.41$
- 2) Nilai signifikan sebesar $0,020 < 0,05$

Maka dapat disimpulkan bahwa H_03 ditolak dan H_a3 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Minat Kunjungan wisata pantai Grace Tigaras.

SIMPULAN

- A. t_{hitung} variabel X_1 sebesar $1.767 > t_{tabel}$ sebesar $1,677$ dan taraf signifikan $0,046 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_{a1} diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara Promosi Terhadap Minat Kunjungan. Promosi berpengaruh negative Terhadap Minat Kunjungan wisata .
- B. t_{hitung} variabel X_2 sebesar $2.521 > t_{tabel}$ sebesar $1,677$ dan taraf signifikan $0,015 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_{a2} diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif Terhadap Minat Kunjungan wisata.
- C. Berdasarkan hasil pengelolaan SPSS pada uji F tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:
 - a. Nilai F hitung sebesar $4.256 > 2.41$
 - b. Nilai signifikan sebesar $0,020 < 0,05$

D. Maka dapat disimpulkan bahwa Ho3 ditolak dan Ha3 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama- sama terhadap Minat Kunjungan wisata pantai Grace Tigras.

DAFTAR PUSTAKA

- Azman, H. A., & Elsandra, Y. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Berulang Wisatawan Milenial ke Bukittinggi. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.25077/amar.4.1.1-17.2020>
- Chikmiah, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan,, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Ritel Syariah 212 Mart (Studi Kasus pada 212 Mart Pondok Jati Sidoarjo)*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Irene Dewi, O. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Changtea di Surabaya*.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Paramitha, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. In WIDYA GAMA PRESS STIE WIDYA GAMA LUMAJANG (Edisi ke-3, issue Maret, pp. 1-170). Widya Gama Press Stie Widya Gama Lumajing.
- Priyono, A. D. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Museum Sangiran Kabupaten Sragen*. Under Graduates thesis. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Rony, Z. T., Wijaya, I. M. S., Nababan, D., Julyanthry, J., Silalahi, M., Ganiem, L. M., Judijanto, L., Herman, H., and Saputra, N. (2024). Analyzing the Impact of Human Resources Competence and Work Motivation on Employee Performance: A Statistical Perspective. *Journal of Statistics Applications & Probability*, 13(2), 787-793. DOI: 10.18576/jsap/130216
- Sopyan. (2015). Peranan dan pengaruh Minat Berkunjung Kembali Wisatawan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.