

PENGARUH LOKASI, PERSEPSI HARGA DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI WISATA PANTAI LAPADE

Asri Arsita

Universitas Teknologi Sumbawa

Asryarsita@gmail.com

Hartini

Universitas Teknologi Sumbawa

Hartini@uts.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the Influence of Location, Price Perception and Tourism Attractiveness on the Decision to Visit Lapade Beach Tourism. Lapade Beach is a beach located in the sub-district of Utan providing a variety of games. This study used quantitative methods with an associative approach. The data collection method in this study used a questionnaire with a Likert scale. The sampling method uses purposive sampling and the sample used by 100 respondents. In this study, the data was processed using the SPSS 23 application and data analysis was carried out with multiple linear regression analysis techniques. The results of this study show that location has a significant effect on visiting decisions, price perception has a significant effect on visiting decisions, Tourism Attraction has a significant effect on Visiting Decisions at Lapade Beach Tourism.

Keywords : *Location, Price perception, Tourist Attraction, Visiting Decision.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Pantai Lapade. Pantai Lapade adalah pantai yang terletak di kecamatan utan menyediakan berbagai macam permainan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert. Metode pengambilan sample menggunakan purposive sampling dan sample yang digunakan sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini data diolah menggunakan aplikasi SPSS 23 dan analisis data di lakukan dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, persepsi harga berpengaruh signifikan

terhadap keputusan berkunjung, Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Pantai Lapade.

Kata Kunci : Lokasi, Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata, Keputusan Berkunjung.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragam mulai dari suku, ras, budaya, agama dan masih banyak lagi yang terbetang dari sabang sampai merauke. Dengan negara yang terbentang dari sabang sampai merauke yang luas sehingga Indonesia jumlah penduduk Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Populasi di indonesia mengalami peningkatan di pertengahan tahun 2020 menurut data PBB, dari total populasi di dunia (worldometers, 2020). Selain itu indonesia memiliki ribuan pulau eksotis sehingga indonesia mempunyai daya tarik tersendiri terhadap wisata alami maupun buatan dengan itu banyak wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara yang tertarik melakukan kunjungan untuk berwisata di Indonesia (Prayogi, 2020). Di era globalisasi sekarang ini sektor pariwisata merupakan kekuatan terbesar dalam pembiayaan perekonomian global. Bahkan sektor pariwisata yang menjadi pendorong utama perekonomian dunia abad ke-21, dan menjadi salah satu industri utama dunia. Sumber daya alam yang dikelola dengan baik dapat dijadikan sebagai potensi untuk memakmurkan rakyat dan memajukan bangsa Indonesia. Sumber daya alam tersebut dapat dikembangkan dalam bidang kepariwisataan Sianturi, (2022). Berada pada daerah beriklim tropis menjadikan indonesia memiliki kekayaan alam yang sangat beragam, ditambah dengan keragaman budaya lebih membuat warna-warni di indonesia menjadi begitu indah yang dianugrahi ribuan Pulau yang membentang seluas 1.910.931,32 km menjadikan indonesia sebagai tujuan wisata favorit di dunia. Terbukti telah banyak wilayah-wilayah yang menjadi icon untuk mempromosikan indonesia dan membuatnya menjadi terkenal ke seluruh penjuru dunia internasional (Badan Pusat Statistik, 2015). Pariwisata saat ini menjadi kebutuhan penting masyarakat khususnya wisata yang berbasis alam dan lingkungan (Priambodo & Suhartini 2016). Kabupaten

Sumbawa merupakan salah satu daerah yang memanfaatkan sumber daya laut dan pesisir untuk dikembangkan sebagai wisata alam salah satunya seperti pantai lapade yang terletak di kecamatan Utan Sumbawa Besar, Nusa Tenggara Barat (NTB). Sang Daeng Baso mengfungsikan tanahnya sebagai kebun mangga seiring berjalannya waktu beliau mengubah kebun mangga tersebut menjadi tempat wisata, Usaha ini mulai dikembangkan sejak tahun 2000-an di area kebun mangga seluas 2 Ha, persis di sisi pantai Labu Pade, untuk mencapai kelokasi pantai wisatawan perlu menempuh waktu kurang lebih 1 jam dari pelabuhan poto tano. Saat memasuki jalan desa, kita langsung disuguhi oleh hamparan sawah yang hijau, jagung dan padi menjadi bagian pemandangan menuju pantai lapade. Lokasi pada pantai lapade ini cukup strategis sehingga mudah bagi pengunjung menemukannya serta dilengkapi dengan suasana yang cukup nyaman.

Tabel 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Pantai Lapade 2017-2021

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2017	800
2	2018	870
3	2019	480
4	2020	290
5	2021	210

Sumber: diolah oleh peneliti

Dari tabel di atas bisa dilihat bahwa pada tahun 2017-2018 mengalami keanaikan pengunjung dan mengalami penurunan di tahun 2019, 2020 dan 2021 di karenakan adanya virus covid 19. Objek wisata selain lokasi hal yang harus diperhatikan juga yaitu harga, karena adanya berbagai hal yang ditawarkan pantai lapade yang menarik untuk wisatawan berkunjung seperti harga. Dalam meningkatkan keputusan konsumen besar kecilnya harga sangat mempengaruhi berkunjungnya wisatawan di sebuah objek wisata. Persepsi harga adalah pandangan atau persepsi mengenai harga, bagaimana konsumen memandang harga tertentu (tinggi, rendah, wajar) mempunyai pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli (Kotler et al., 2018). Pada objek pantai lapade harga tiket yang ditetapkan pada awal pembukaan

pada tahun 2008 adalah sebesar Rp 5000 saja, Namun dengan jumlah gaji karyawan yang harus di perhitungkan harga tiket masuknya menjadi Rp 7.000 Perorang dan Rp 15.000 dua orang udah termasuk parkir, dan Hal ini menimbulkan persepsi yang berbeda oleh para wisatawan terhadap harga tiket yang berlaku, ada yang mengatakan bahwa harga tiket tersebut sepadan dengan keindahan pemandangan serta fasilitas yang mereka dapatkan. Namun ada juga yang mengatakan bahwa harga tiket tersebut cukup mahal dikarenakan uang sejumlah Rp 15.000 tersebut dengan biaya parkir ataupun biaya tambahan lainnya untuk menikmati fasilitas yang tersedia. Suatu tempat dapat menjadi destinasi wisata karena berbagai hal, salah satunya memiliki daya tarik. Warpani (2007) menjelaskan Daya Tarik Wisata sebagai segala sesuatu yang memicu seseorang atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena memiliki makna tertentu. Bila daya Tarik wisata di suatu objek wisata bagus dan dapat memuaskan keinginan pengunjung maka dapat di tafsirkan akan menaikkan keputusan pengunjung. Adapun daya tarik pantai lapade yaitu pasir pantai yang berwarna hitam layaknya pasir sungai, namun airnya tetap jernih dilokasi parkir dengan rumput yang juga terdapat beberapa ekor rusa yang di lepas begitu saja, puluhan pohon mangga yang menjadi cikal bakal kawasan wisata pantai Lapade. Beberapa stand makan juga tersedia termasuk jika ingin menikmati ikan bakar, tidak hanya itu pantai lapade memiliki daya Tarik tersendiri tidak hanya menyediakan taman bermain untuk anak-anak dan tempat pengunjung yang nyaman, Pantai ini memiliki keindahan yang luar biasa karna adanya pemandangan dari 3 pulau yang terdiri dari pulau Bedil, Keramat dan Temudong yang dimana pantai lapade sendiri mempunyai fasilitas untuk pengunjung yang berminat mengunjungi pulau tersebut dengan menyewa speedboat yang telah disediakan untuk mencapai ke lokasi, dengan demikian hal ini juga di dukung dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh (Purwanto, 2021) yang mengemukakan bahwa daya tarik memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Keberhasilan suatu bisnis di tentukan dengan adanya faktor lokasi menurut Raharja (2005). Lokasi mempunyai peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan sehingga apabila sebuah objek wisata memiliki lokasi dari akses yang mudah di jangkau maka hal tersebut juga akan

menjadi pertimbangan yang baik bagi para wisatawan yang ingin mengunjunginya, Pantai lapade ini masih terletak di pedalaman warga Labuhan Pade, memiliki akses jalan yang masih kurang bagus jauh dari perkotaan akan tetapi pengunjung yang berdatangan sangat ramai mulai dari warga lokal maupun warga mancanegara. Selain faktor lokasi persepsi harga juga mempengaruhi minat berkunjung wisatawan, dengan harga yang mudah dijangkau dapat memberikan dampak baik terutama bagi pengunjung. Daya Tarikpun menjadi bagian dari faktor yang harus di perhatikan oleh pengelolah sebuah destinasi, pantai lapade memiliki daya tarik sendiri seperti adanya pemandangan dari pulau Keramat, Bedil, dan Temudong yang dimana pantai lapade sendiri mempunyai fasilitas untuk pengunjung yang berminat mengunjungi pulau tersebut akan tetapi di kala musim yang tidak menentu seperti hujan, angin yang kencang, tidak dapat memberangkatkan pengunjung untuk berkunjung kepulau tersebut.

TELAAH LITERATUR

Lokasi merupakan ilmu yang menyelidiki tata ruang, kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber yang potensial, serta hubungan atau kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial (Tarigan, 2006 dalam Simhardani, 2018). dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya, Definisi lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Asrori (2021). Persepsi harga merupakan salah satu istilah yang digunakan dalam bidang psikologi. Secara umum definisi persepsi harga diartikan sebagai tanggapan langsung atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pengindraan. Sedangkan dalam kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra yang dimiliki sehingga menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada di lingkungan Ansori (2020). Daya tarik merupakan segala sesuatu bagian dari objek wisata yang unik, indah dan memiliki sebuah nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia

yang menjadi objek dan tujuan pengunjung untuk berkunjung ke objek wisata. Daya tarik juga bias di artikan suatu yang menjadi pilihan wisatawan dan unik serta bisa memberikan kepuasan sesuai apa yang di inginkan wisatawan, Aprilia (2017). Menurut Widiastutik (2019) keputusan berkunjung adalah perilaku penentuan wisatawan dalam menentukan suatu wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan wisatawan. Keputusan berkunjung wisatawan kesuatu daya tarik wisata pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku wisatawan. Sedangkan menurut Putra (2021) keputusan berkunjung adalah keputusan yang di ambil oleh seseorang sebelum mengunjungi sebuah tempat destinasi atau wilayah dengan banyak faktor yang di pertimbangkan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama sedangkan data sekunder seperti data yang sudah ada sebelumnya baik dari jurnal, profil maupun buku referensi yang digunakan oleh peneliti untuk melengkapi datanya. Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat yang pernah berkunjung ke pantai lapade. Dalam penelitian ini purposive sampling dan sample yang digunakan sebanyak 100 responden. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tersebut langsung diberikan kepada responden dan responden dapat memilih salah satu dari alternatif jawaban yang sudah ada. Pernyataan- pernyataan dibuat dalam bentuk pernyataan dengan menggunakan skala likert 1-4 untuk mendapatkan data yang bersifat interval.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai Lapade adalah pantai yang berada di kecamatan utan kabupaten sumbawa besar yang di kelolah oleh pengusaha yang bernama daeng Baso beliau menfungsikan tanahnya sebagai kebun mangga beberapa tahun kemudian kebun mangga tersebut di ubah menjadi tempat wisata sampai saat ini dan terkenal dengan nama pantai lapade.

Pantai Lapade terletak di labuhan Padi kec.Utan kab. Sumbawa, jalan masuknya sebelah kiri jalan dari arah pelabuhan Poto Tano Tiket masuk ke Lapade yang hanya beberapa ribu rupiah menjadi nilai sendiri bagi masyarakat yang ada di Kab.Sumbawa, Fasilitas permainan anak anak juga tersedia dibibir pantai, begitu juga bruga yang berderat dari ujung pantai keujung lainnya. Dilokasi parkir dengan rumput yang juga juga terdapat beberapa ekor rusa yang dilepas begitu saja, Sebuah panggung besar selalu menyajikan live musik dibawah rimbunnya pohon mangga. Beberapa stand makanan juga tersedia, termasuk jika ingin menikmati ikan bakar.

Regresi Linier Berganda

analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.

Tabel 2 Hasil Regresi Linier Berganda

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.576	1.834		3.586	.001
Lokasi	.153	.031	.315	4.924	.001
Persepsi harga	.225	.052	.298	4.360	.001
Daya Tarik	.290	.042	.470	6.877	.001

Sumber: data primer di olah, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,576 + 0,153X1 + 0,225X2 + 0,290X3 + e$$

Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya pengaruh masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1 Constant (a)

Nilai konstanta sebesar 6,576 menunjukkan bahwa ketika semua variabel independen (Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik) dianggap konstanta atau tidak mengalami perubahan maka nilai variabel dependen (keputusan Berkunjung) sebesar 6,576.

2 Lokasi (X1) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Nilai koefisien regresi variabel Lokasi (X1) sebesar 0,153 menunjukkan apabila nilai Lokasi mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai keputusan Berkunjung akan mengalami peningkatan sebesar 0,153.

3 Persepsi Harga (X2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Nilai koefisien regresi variabel Persepsi Harga (X2) sebesar 0,225 menunjukkan apabila nilai Persepsi Harga mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai keputusan Berkunjung akan mengalami peningkatan sebesar 0,225.

4 Daya Tarik (X3) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Nilai koefisien regresi variabel Lokasi (X3) sebesar 0,290 menunjukkan apabila nilai Daya Tarik mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai keputusan berkunjung akan mengalami peningkatan sebesar 0,290.

Uji T (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk menguji apakah variabel independent secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent (Ghozali, 2018). Pengujian menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$). Dengan kriteria sebagai berikut :

H_0 diterima jika nilai probabilitas (p) $\geq 0,05$

H_0 ditolak jika nilai probabilitas (p) $\leq 0,05$

Hasil dari Uji t (Parsial) pada penelitian ini ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel 3 Hasil Uji T (Parsial)

	T	Sig.
(Constant)	3.586	.001
Lokasi	4.924	.001
Persepsi harga	4.360	.001
Daya Tarik	6.877	.001

Sumber: data primer di olah, 2023

Berdasarkan tabel 3 hasil perhitungan uji t dengan menggunakan alat uji program SPSS 23 yang dapat menjelaskan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen adalah sebagai berikut:

Variabel Lokasi

Dari hasil analisis diketahui bahwa nilai thitung Variabel Lokasi (X1) sebesar 4,924 dimana $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($4,924 \geq 1,984$) dengan nilai signifikan sebesar $0,001 \leq 0,05$ maka H1 di terima dan Ho di tolak. Artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Lokasi (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) secara parsial.

Variabel Persepsi Harga

Dari hasil analisis diketahui bahwa nilai t hitung Variabel Persepsi Harga (X2) sebesar 4,360 dimana $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($4,360 \geq 1,984$) dengan nilai signifikan sebesar $0,001 \leq 0,05$ maka H1 di terima dan Ho di tolak. Artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi Harga (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) secara parsial.

Variabel Daya Tarik Wisata

Dari hasil analisis diketahui bahwa nilai thitung Variabel Daya Tarik (X3) sebesar 6,877 dimana $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($6,877 \geq 1,984$) dengan nilai signifikan sebesar 0,001

$\leq 0,05$ maka H₁ diterima dan H₀ di tolak. Artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Daya Tarik Wisata (X₃) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) secara parsial.

Uji Koefisien Determinasi R Square (R²)

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh model mampu menggambarkan variasi variabel dependen. Hasil dari Uji Koefisien Determinasi (R²) pada penelitian ini ditunjukkan dalam tabel 4 berikut:

Tabel 4 Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799	.638	.99510

Sumber: data primer di olah, 2023

Berdasarkan tabel 4 hasil dari uji koefisien determinasi (R²) diketahui nilai *R Square* sebesar 0,638. Artinya dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel Lokasi (X₁) dan Persepsi Harga (X₂) dan Daya Tarik Wisata (X₃) 6,38% dari keseluruhan penelitian, dimana sisanya 36,2% ada pada variabel lain yang tidak dimasukan dalam regresi penelitian ini. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Pantai Lapade.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Pantai Lapade

Berdasarkan analisis data di peroleh nilai koefisien regresi pada variabel lokasi sebesar 0,153 hal ini berarti apabila terjadi peningkatan satu kesatuan maka keputusan berkunjung akan semakin meningkat sebesar 0,153. Berdasarkan hasil uji regresi (uji t) secara parsial pada lokasi terhadap keputusan berkunjung diperoleh hasil sebesar, thitung \geq ttabel ($4,360 \geq 1,984$) dengan nilai signifikan sebesar $0,001 \leq 0,05$ maka disimpulkan bahwa Lokasi berpengaruh secara positif signifikan terhadap

Keputusan Berkunjung di Wisata Pantai Lapade. Berdasarkan jawaban yang diberikan responden sebagian besar pengunjung di pantai lapade menyatakan lokasi pantai lapade strategis, mudah di jangkau dengan kendaraan roda dua ataupun roda empat, lokasi pantai lapade mudah di lihat dari jarak pandang normal memudahkan bagi pengunjung untuk mengunjunginya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Prayogi, (2020) yang berjudul pengaruh harga, lokasi dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung pada wisata pantai gemah kabupaten tulungagung. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Pantai Lapade

Berdasarkan analisis data di peroleh nilai koefisien regresi pada variabel persepsi harga sebesar 4,360 hal ini berarti apabila terjadi peningkatan satu satuan maka keputusan berkunjung akan semakin meningkat sebesar 4,360. Berdasarkan hasil uji regresi (uji t) secara parsial pada lokasi terhadap keputusan berkunjung diperoleh hasil sebesar, thitung \geq ttabel ($4,360 \geq 1984$) dengan nilai signifikan sebesar $0,001 \leq 0,05$ maka disimpulkan bahwa persepsi harga berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Pantai Lapade. Penelitian ini juga di dukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh, Sianturi (2022) yang berjudul Signifikansi produk wisata, persepsi harga dan lokasi dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke snowbay waterpark TMII. Hasil dari penelitian yang menyatakan persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan snowbay waterpark TMII. Dapat diartikan semakin baik persepsi wisatawan terhadap harga suatu tempat wisata maka minat akan keputusan berkunjung juga semakin meningkat.

Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Pantai Lapade

Berdasarkan analisis data di peroleh nilai koefisien regresi pada variabel persepsi harga sebesar 6,877 hal ini berarti apabila terjadi peningkatan satu satuan maka keputusan berkunjung akan semakin meningkat sebesar 6,877. Berdasarkan hasil uji regresi (uji t) secara parsial pada lokasi terhadap keputusan berkunjung diperoleh hasil sebesar, thitung \geq t tabel ($6,877 \geq 1,984$) dengan nilai signifikan sebesar $0,001 \leq 0,05$ maka disimpulkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Pantai Lapade. Penelitian ini juga di dukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yolanda (2021) yang berjudul pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung keobjek wisata alahan panjang resort danau di atas kabupaten solok. Hasil dari penelitian yaitu daya tarik memiliki nilai positif signifikan terhadap keputusan berkunjung di objek wisata alahan panjang resort danau di atas kabupaten solok.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang berjudul Pengaruh Lokasi Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Pantai Lapade. Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung di wisata pantai lapade, di peroleh hasil t hitung lebih besar dari t tabel ($4,924 \geq 1,984$) maka dapat disimpulkan variabel lokasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.
2. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan berkunjung di wisata pantai lapade, di peroleh hasil t hitung lebih besar dari t tabel ($4,360 \geq 1,984$) maka dapat disimpulkan variabel persepsi harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini mendukung hipotesis

yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

3. Pengaruh daya tarik terhadap keputusan berkunjung di wisata pantai lapade, di peroleh hasil t hitung lebih besar dari t tabel ($6,877 \geq 1,984$) maka dapat disimpulkan variabel daya tarik memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disampaikan maka penyusun memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan sebagai bahan untuk meningkatkan keputusan berkunjung di wisata pantai lapade sebagai berikut: Bagi pengelolah pantai lapade faktor lokasi menuju pantai lapade harus diperhatikan agar kenyamanan para pengunjung dapat menikmati perjalanan menuju pantai. Bagi peneliti selanjutnya penulis mensyaratkan untuk lebih memperhatikan faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan selain dari faktor lokasi, persepsi harga dan daya tarik wisata. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadikan variabel lain seperti promosi, proses dan lain sebagainya sehingga bermanfaat bagi pengelolah destinasi tersebut ataupun untuk objek wisata lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aglis, A. H.& dan Slamet, R. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen, Sleman: CV Budi Utama.
- Apriliyanti, E., Hudayah, S., & ZA, S. Z. (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(1), 145-153.
- Hardani, H., Andriani, H., Ustiawaty, J., & Utami, E. F. (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif.
- Landeng, R., Mandeny, S. L., & Mandagie, Y. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga dan Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba Sel-Sel Cheesetea di Tumpaan: The Influence of Taste, Price Perception and Customer Relationship Management on the Purchase Decision of Boba Drinks Cheesetea Cells in Tumpaan. *Jurnal*

- LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum), 7(4), 315-324.*
- Lebu, C. F., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- Meyta, S. H., & Eka, S. (2021). Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(1), 85-100.
- Pattipeilohy, V. R., & Asthenu, J. R. (2023). Peran Dimensi Lokasi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Journal of BuSsiness Application*, 2(2), 159-172.
- Prayogi, O. E. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung (Studi Pada Wisatawan Pantai Gemah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 8(2)..
- Rondonuwu, G., Kelles, D., & Tamengkel, L. F. (2016). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pasar Swalayan Borobudur Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 4(4).
- Setyawan, A. D. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Harga Terhadap keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Coban Rais. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Sianturi, H. C., & Paludi, S. (2022). Signifikasi Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Lokasi Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Snowbay Waterpark TMII. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(1), 38-46.
- Simarmata, H. M., & Panjaitan, N. J. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK dan BI)*, 2(2), 189-201.
- Sofiyani, W. (2018). *Strategi Pemasaran Rokok Gagak Hitam Di Tengah Pola Konsumsi Rokok Masyarakat Maesan Bondowoso* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta,Bandung
- Yolanda, F., Yuliana, Y., & Pramudia, H. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok. *Journal of Home Economics and Tourism*, 15(2).