

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Wisatawan Berlibur di Objek Wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berlibur di Objek Wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung, Hal ini menunjukkan bahwa saat perusahaan memberikan sebuah harga yang tepat dan sesuai maka secara tidak langsung akan mempengaruhi keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung tersebut. Begitu pula sebaliknya jika harga yang di berikan kurang tepat dan tidak sesuai dengan fasilitas yang di dapat, maka keinginan untuk berkunjung ke objek wisata akan berkurang. Dengan adanya minat untuk berlibur yang semakin banyak maka akan meningkat hasil pendapatan objek wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung.

Harga adalah sejumlah nilai (dalam bentuk mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Harga

merupakan alat yang fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu, tetapi dalam seketika harga juga akan meningkat atau menurun dan harga juga merupakan elemen yang dapat menghasilkan pendapatan dari hasil penjualan.

Menurut Suryana “Harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan paling efisien bagi konsumen”<sup>92</sup>.Teori ini menjelaskan bahwa kualitas harga yang baik akan sangat menentukan minat konsumen untuk datang dan biasanya para konsumen lebih cenderung memilih harga yang relatif terjangkau dengan kesesuaian fasilitas yang ada di dalam lokasi, dalam hal ini fasilitas yang ada di pantai tersebut, dikarenakan para pelaku bisnis akan selalu berpikir agar konsumen tidak merasa rugi datang ke lokasi wisata.

Hasil penelitian diatas selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Aidatus dengan judul “pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada warung makan Istana Lesehan Tulungagung”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warung makan Istana Lesehan

Tulungagung. Jadi dapat disimpulkan bahwa bahwa penelitian yang dilakukan oleh Aidatus mendukung penelitian yang dilakukan saat ini.

## **B. Pengaruh promosi Terhadap Keputusan Berlibur di Objek Wisata Pantai**

### **Sine Kabupaten Tulungagung**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berlibur di Objek wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang di lancarkan oleh pengelola objek wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung kurang maksimal. Jika pengelola melakukan promosi lebih gencar dan menyebar, besar kemungkinan akan mendatangkan wisatawan lebih banyak lagi dan meningkatkan pendapatan pengelola objek wisata serta dapat memperbaiki, bahkan memperindah lokasi objek wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung.

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Suatu perusahaan dapat memilih sarana yang dianggap sesuai untuk mempromosikan barang dan jasa dengan

memperhatikan faktor indentifikasi terhadap audiensi sasaran, menentukan tujuan promosi, dan pengembangan pesan yang disampaikan.

Menurut Lamb, dkk., fungsi utama dari suatu strategi promosi para pemasar adalah untuk meyakinkan target pelanggan bahwa barang dan jasa yang ditawarkan tersebut memiliki keunggulan yang berbeda dibandingkan pesaing, sehingga hal ini dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Lamb, dkk. menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian diatas berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eko dengan judul “pengaruh produk, harga, promosi, tempat, dan referensi berpengaruh terhadap minat beli konsumen kerajinan kayu aren”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada minat beli konsumen kerajinan kayu aren.

Berbeda dalam penelitian pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Berlibur Di Objek Wisata Pantai Sine Tulunagung, dimana variabel Promosi tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini di karenakan tidak berpengaruh secara signifikannya variabel promosi yang di sebabkan oleh

pengelola yang kurang gencarnya dalam mempromosikan objek wisata. Faktor lainnya adalah wisatawan yang berlibur ke Objek Wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung lebih banyak mempertimbangkan soal lokasi dibandingkan dengan promo yang di dapat.

### **C. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berlibur di Objek Wisata Pantai**

#### **Sine Kabupaten Tulungagung**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung, Hal ini menunjukkan bahwa saat perusahaan memberikan sebuah lokasi yang tepat maka secara tidak langsung akan mempengaruhi keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine tersebut. begitu pula sebaliknya jika lokasi yang di berikan kurang tepat maka minat untuk datang ke objek wisata juga akan berkurang. Dengan adanya minat beli ulang yang semakin banyak maka akan meningkat hasil pendapatan pengelola objek wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung .

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Penetapan suatu lokasi

juga harus tepat sasaran karena lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan. Menurut Suryana, “tempat yang paling menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien”. Untuk meningkatkan peluang sukses, maka lebih mempertimbangkan secukupnya masalah pemilihan lokasi yang tepat untuk bisnis yang dijalani. Sebuah lokasi yang baik memungkinkan sebuah bisnis kecil tetap bertahan, sedangkan suatu lokasi yang tidak tepat akan mengakibatkan kegagalan, meskipun bisnis tersebut sudah direncanakan dengan sangat baik.

Dalam sebuah bisnis penentuan lokasi sangat diperlukan, penentuan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau diharapkan dapat memudahkan para konsumen untuk mendapatkan produk tersebut. Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi Strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan dalam minat beli konsumen. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri. Faktor penentuan lokasi sangat diperlukan untuk menunjang proses pemasaran suatu usaha, pengusaha harus pintar memilih lokasi yang strategis

dengan melihat siapakah target pasar yang di bidik, apakah Balita, anak-anak muda, bahkan Lansia.

Dilihat dari lokasi objek wisata Pantai sine yang bisa di bilang strategis, mula dari akses menuju kesana dan pada garis pantainya pun terlihat bersih. Dari sini dapat di simpulkan bahwa pengelola sangat memperhatikan aspek lokasi sebagai salah satu daya tarik paling besar dalam menarik wisatawan untuk menghabiskan waktu luang di lokasi tersebut.

Hasil penelitian diatas selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Anjar dengan judul “pengaruh harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Dampo Awang *Beach* Rembang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Dampo Awang *Beach* Rembang. Hal ini dapat diartikan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Anjar mendukung penelitian yang dilakukan saat ini.

#### **D. Pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Berlibur di Objek Wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh secara positive dan signifikan terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin semakin sesuai harga yang di berikan, dan semakin tepat lokasi yang diberikan serta semakin sering melakukan promosi, maka keputusan untuk berlibur di objek wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung akan semakin meningkat.

Menurut Menurut Suryana “Harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan paling efisien bagi konsumen”. Harga merupakan sebuah biaya atau uang yang harus di bayarkan untuk memperoleh hak menggunakan sebuah produk dan menikmati jasa-jasa yang di berikan kepada kita. Dan Menurut Kotler dan Amstrong “ Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk”. Lokasi adalah sebuah tempat dimana seseorang pengusaha menjalankan sebuah usahanya. Promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen melainkan

juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan dan kebutuhannya.

Secara teori konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk berdasarkan pertimbangan tertentu. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi sehingga akan timbul rasa untuk memenuhi keinginan. Jadi pengambil keputusan pada dasarnya adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon positif terhadap harga, promosi dan lokasi dari suatu perusahaan dan berniat mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut.

Jika pelanggan merasa puas dengan adanya harga, promosi dan lokasi yang di berikan, maka peluang untuk menarik datangnya wisatawan ke objek wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung akan semakin tinggi.

