

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman dan pola hidup masyarakat saat ini, aktivitas perjalanan dan pencarian pengalaman di luar lingkungan tempat tinggal menjadi bagian dari pola hidup masyarakat yang terus berkembang. Fenomena ini menunjukkan bahwa pariwisata merupakan salah satu kebutuhan penting masyarakat modern, yang tidak hanya dipahami sebagai kegiatan rekreasi semata, melainkan telah menjadi bagian dari proses sosial budaya yang mencerminkan gaya hidup, kebutuhan psikologis, dan keinginan untuk menjelajahi keragaman destinasi.

Dalam konteks kepariwisataan, kegiatan pariwisata mencakup berbagai aktivitas yang didukung dengan fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah serta pemerintah daerah, sebagaimana tercantum dalam Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata.² Lebih lanjut Hunziger dan Krapf memaparkan bahwa pariwisata ialah keseluruhan jaringan dan gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat dengan syarat yang orang tersebut tidak melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberi keuntungan bersifat

²‘Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Kepariwisata’, *Dpr.Go.Id/Jdih/Index/Id/527*, 2009.

permanen atau sementara.³ Prayogo (dalam Maharani) memaparkan bahwa pariwisata ialah perpindahan seseorang atau sekelompok orang dari satu lokasi ke lokasi lain, membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi, dan untuk mendapatkan hiburan guna memenuhi tujuan mereka.⁴ Oleh sebab itu masyarakat banyak melakukan kegiatan wisata dengan beragam tujuan seperti untuk menghilangkan stres, mencari hiburan, untuk menambah pengalaman, atau bahkan keunikan objek wisata itu sendiri.⁵

Adanya keunikan pada objek wisata akan menjadi daya tarik tersendiri yang menjadi komponen pokok dasar keberadaan kepariwisataan. Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki beragam memiliki beragam objek wisata dengan daya tarik yang tersebar di berbagai pelosok nusantara dan sangat potensial untuk dikembangkan sehingga dapat memberikan manfaat ke setiap lini sektor. Perkembangan sektor pariwisata dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah, hal ini disebabkan karena industri pariwisata bersifat *multiplier effect* yang berpengaruh di setiap lini sektor perindustrian, maknanya sektor pariwisata ini mampu membantu pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan serangkaian dampak berkesinambungan yang dapat mempengaruhi sektor-sektor terkait seperti transportasi, restoran, bahkan bidang teknologi sosial budaya dan lingkungan.

³ Isdarmanto, *Dasar Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata, Gerbang Media Aksara Dan STiPrAm*, (Yogyakarta: Gerbang Media Aksara, 2017), hal.3

⁴ Maharani Dwi Sagita dan Nidia Wulansari, "Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas terhadap *Revisit Intention* di Kawasan Lembah Harau," *Yasin* 3, no. 6 (2023): 1252–64, <https://doi.org/10.58578/yasin.v3i6.1629>.

⁵ Bayu Permadi et al., "Pengaruh Aksesibilitas dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Satwa Cikembulan di Kabupaten Garut," *Jurnal Manajemen Riset Inovasi* 2, no. 2 (2024): 235–49, <https://doi.org/10.55606/mri.v2i2.2515>.

Salah satu daerah yang memiliki potensi besar sebagai daya tarik wisata dikarenakan memiliki keberagaman objek wisata sehingga dapat menarik minat kunjungan wisatawan adalah kabupaten Tulungagung yang terletak di provinsi Jawa Timur. Kabupaten Tulungagung memiliki luas wilayah 1.150,41 KM dan berbatasan langsung dengan Samudra Hindia, hal ini berdampak pada bentang alam yaitu kekayaan akan potensi alamnya seperti laut, pegunungan, dan air terjun. Masa ini pembangunan Jalur Lintas Selatan di wilayah kabupaten Tulungagung sedang gencar-gencarnya di lakukan, dampak dari pembangunan ini yaitu semakin mudahnya akses jalan menuju wisata dengan melewati JLS, dengan adanya kemudahan ini membuka akses tempat wisata yang sebelumnya sulit dijangkau menjadi mudah, salah satu wisata yang terdampak positif dari pembangunan JLS adalah pantai Gemah.⁶

Pantai Gemah pertama kali dibuka pada tahun 2016 setelah JLS resmi dibuka untuk umum. Dengan perbaikan jalan yang semakin mudah ini objek wisata pantai Gemah semakin populer dan menjadi salah satu objek wisata yang banyak diminati kalangan wisatawan. Wisata populer ini terletak di desa Keboireng, kecamatan Besuki, kabupaten Tulungagung, memiliki potensi alam yang indah dengan rimbunan pohon cemara yang memberikan kesan teduh di panasnya angin pantai, namun dengan harga tiket masuk yang tetap terjangkau, hal ini dapat menjadi daya tarik utama pada pantai ini. Selain itu terdapat

⁶ Elha Fawwa Dm et.al, 'Pemanfaatan Jalur Lintas Selatan Tulungagung Terhadap Potensi Pariwisata Kecamatan Besuki', *DEWANTARA: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, vol3.2 (2024), pp. 150–70.

banyak atraksi wisata yang tersedia seperti persewaan ATV dan motor trail, persewaan perahu, permainan *flying fox*, dan permainan mandi bola.

Potensi yang telah ada ini penting untuk dioptimalkan dan dikelola dengan baik agar suatu objek wisata dapat terus berkembang dan *sustainable*. Sebagai sebuah industri, sebuah objek wisata perlu berkembang secara keberlanjutan (*sustain*) apabila mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Pengoptimalan ini dapat dilakukan dengan cara memperhatikan kepuasan wisatawan yang berkunjung. Tingkat kepuasan yang tinggi akan memberikan umpan balik positif bagi suatu destinasi sehingga berpeluang melakukan kunjungan ulang bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.⁷

Meningkatnya kepuasan wisatawan dapat di gunakan sebagai indikator positif sebagai keberhasilan suatu objek wisata. Banyak wisatawan yang memiliki niatan untuk berkunjung kembali di masa mendatang setelah mendapatkan pengalaman positif ketika berkunjung di suatu wisata. Namun dalam praktiknya, hal tersebut tidak selalu sesuai dengan harapan pengelola, hal ini mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan antara niat atau persepsi dengan perilaku nyata atau kunjungan aktual. Seperti halnya yang terjadi pada Pantai Gemah, meskipun beberapa wisatawan memiliki persepsi dan kepuasan berada di level yang tinggi, namun pada data kunjungan wisatawan yang

⁷ Trisnawati. R dan Wibisono N. "Pengaruh Kualitas Layanan, Ketersediaan Produk Wisata, Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Destinasi Kampung Karuhan Sumedang," *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 18 (2022): 3.

dihitung dari penjualan tiket selama lima tahun terakhir di Pantai Gemah ternyata mengalami penurunan.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan

Tahun	Jumlah Pengunjung
2020	498.482
2021	146.847
2022	366.523
2023	394.042
2024	252.433
2025 (Januari)	16.351

Sumber: data dari Pokdarwis Pantai Gemah 29 Januari 2025

Tabel diatas merupakan data jumlah pengunjung yang dihitung dari jumlah tiket Pantai Gemah yang terjual per tahunnya, dari data diatas pada tahun 2025 bulan Januari terdapat 16.351 tiket terjual, selanjutnya data penjualan tiket tahun 2024 yang berjumlah 252.433 apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu tahun 2023 sebesar 394.042 jumlah tiket yang terjual, hal ini menandakan telah terdapat penurunan jumlah angka kunjungan wisatawan sebesar 35,94%.

Hal ini mengindikasikan terdapat masalah pada Pantai Gemah yang menyebabkan penurunan jumlah wisatawan, menurut Veronica Ayu et.al penurunan tingkat kunjungan dapat disebabkan oleh lemahnya niat berkunjung kembali, hal ini mengindikasikan perlunya strategi pemasaran lebih efektif yang sesuai dengan preferensi konsumen.⁸ Dalam bidang pariwisata, *revisit*

⁸ Veronica Ayu Dwi Atmaja, Ketut Ribek Pande, dan Nita Anggraini Ni Putu "The Influence Of Experiential Marketing And Ewom On Revisit Intention Through Brand Image As An Intervening Variable In Cafes In Canggu," *RJOAS: Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences* 1184, no. 8 (2024): 65–75.

intention berperan penting dalam mempertahankan jumlah kunjungan wisatawan secara berkelanjutan. Ketika wisatawan yang pernah berkunjung tidak memiliki keinginan untuk kembali, maka jumlah kunjungan cenderung menurun, apabila tidak diimbangi oleh pertumbuhan pengunjung baru. Oleh karena itu, rendahnya *revisit intention* dapat menjadi salah satu faktor utama penyebab turunnya jumlah kunjungan wisatawan di suatu objek wisata.

Kunjungan kembali atau *Revisit intention* merupakan niat seseorang untuk berkunjung kembali pada suatu tempat yang sama untuk kedua kalinya dalam jangka waktu tertentu.⁹ Kesiediaan wisatawan untuk berkunjung kembali pada suatu objek wisata yang sama di masa mendatang ini dapat dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap pengalaman sebelumnya. Kunjungan ulang wisatawan pada suatu objek wisata ini adalah hal yang penting, menurut Seetanah et al (dalam Monica et al) *revisit intention* merupakan hal yang mempengaruhi keberlangsungan suatu objek wisata, karena akan lebih murah daripada menarik wisatawan baru.¹⁰ Hal ini dapat dimaknai bahwa adanya *revisit intention* atau niat kunjungan kembali ini penting, dikarenakan untuk mendatangkan wisatawan lama itu lebih murah dan mudah dibandingkan untuk mendatangkan wisatawan baru.

Pada *Theory planned of behavior* menjelaskan bahwa perilaku seseorang dapat diprediksi melalui niat dalam berperilaku, dimana terdapat

⁹Nikolaos Stylos, et al, "Destination Images, Holistic Images and Personal Normative Beliefs: Predictors of Intention to Revisit a Destination.," *Tourism Management.*, 2016, 41–42.

¹⁰ Monica Grace Purba, Usep Suhud, and Shandy Aditya, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Satisfaction Dan Revisit Intention Pada Turis Danau Toba," *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan* 2, no. 3 (2021): 891–905.

tiga dimensi pembentuk TPB yakni sikap (*attitude*), norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. *Revisit intention* sesuai dengan salah satu pembentuk TPB yaitu sikap (*attitude*) dimana niat ini berasal dari evaluasi pengalaman dalam menggunakan produk, apabila konsumen memiliki keyakinan positif akan menimbulkan pembelian berulang dan sebaliknya. Selanjutnya teori *re-purchase intention* juga dapat digunakan sebagai referensi dalam pembahasan mengenai niat kunjungan kembali pada suatu objek wisata dimana niat kunjungan kembali merupakan sebuah dorongan seseorang untuk kembali mengunjungi suatu tempat yang memiliki daya tarik tersendiri.¹¹

Dalam pelaksanaan kegiatan wisata terdapat ketidakpastian dan risiko, yang memunculkan konsekuensi menghabiskan uang, waktu, risiko kesehatan, risiko bahaya, serta risiko keamanan. Risiko itu sendiri dapat dimaknai sebagai ketidakpastian yang menyertai suatu tindakan. Maka dari itu Persepsi risiko merupakan cara pandang individu mengenai suatu ketidakpastian atas risiko yang mengikuti dari setiap pengambilan tindakan tertentu. Dalam sektor pariwisata persepsi risiko ini mengacu pada paradigma dan pengalaman wisatawan terkait ketidakpastian atau potensi bahaya yang mungkin akan dihadapi ketika menuju atau sedang berada di suatu objek wisata.

Pada *theory planned of behavior* persepsi risiko diasumsikan dengan persepsi kontrol perilaku yang ditentukan oleh keyakinan individu mengenai kesempatan dan hambatan yang diprediksi, hal ini mencerminkan sejauh mana

¹¹ Suhartapa and Agung Sulisty, "Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang Di Pantai Baru Yogyakarta," *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 2021, <https://doi.org/10.31294/khi.v12i2.10579>.

kendali atas suatu tindakan seperti kembali mengunjungi tempat wisata, apabila persepsi risiko yang dirasakan tinggi maka wisatawan cenderung mengurangi bahkan membatalkan niat berkunjung kembali. Persepsi risiko dinilai memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *revisit intention* sebagaimana yang dinyatakan oleh Raihan et al dalam penelitiannya di Wisata Kebun Teh Wonosari Malang.¹² Namun apabila persepsi risiko yang menggambarkan negatif akan mengakibatkan berkurangnya niat wisatawan untuk berkunjung kembali.

Ketersediaan fasilitas yang memadai merupakan faktor penting lainnya penunjang operasional objek wisata guna pemenuhan kebutuhan wisatawan. Pada Pantai Gemah sendiri fasilitas yang disediakan sudah tergolong lengkap, yakni dengan tersedianya gazebo, mushola, toilet umum, tempat parkir, pusat informasi, dan tempat oleh-oleh. Fasilitas merupakan perlengkapan yang penting diperhatikan, karena bertujuan untuk menunjang kebutuhan wisatawan selama berada di objek wisata.

Dalam *theory of planned behavior* ketersediaan fasilitas dapat dijelaskan oleh faktor persepsi kontrol perilaku dimana ketersediaan fasilitas yang memadai akan membuat wisatawan merasakan pengalaman yang memuaskan yang dapat memiliki kontrol kembali berkunjung dilain waktu, namun apabila terdapat kurangnya perhatian dalam pengelolaan fasilitas yang tersedia dan pelayanan dapat mengakibatkan ketidakpuasan pengunjung yang

¹² Raihan Wishal Nafis et al., “Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Berkunjung Ulang Wisatawan Di Objek Wisata Kebun Teh Wonosari Malang,” *Jurnal Ilmiah Ecobuss* 11, no. 2 (2023): 127–33, <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v11i2.1732>.

berdampak pada *perceived value* wisatawan yang menurun.¹³ Pernyataan ini selaras dengan temuan penelitian Fajar et al, yang menunjukkan bahwa niat *revisit intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketersediaan fasilitas wisata.¹⁴

Perceived value merupakan persepsi atas penilaian wisatawan terhadap manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau jasa. Dengan adanya *perceived value* pada suatu objek wisata akan berpengaruh pada *revisit intention*, apabila wisatawan merasa puas atas *perceived value* dan akan memberikan *feedback* positif atau bahkan memiliki niat berkunjung kembali (*revisit intention*).¹⁵ Dalam *theory of planned behavior*, *perceived value* dapat digambarkan oleh faktor sikap (*attitude*) yakni mengacu pada perbandingan nilai yang didapatkan dengan harga yang harus dikeluarkan terhadap suatu tempat wisata akan membentuk sikap, yang pada akhirnya akan mempengaruhi niat berkunjung kembali.

Wisatawan yang merasa bahwa pengorbanannya tidak sebanding dengan manfaat yang diterima saat mengunjungi objek wisata, kemungkinan besar akan berpikir ulang untuk melakukan *revisit intention*. Pernyataan tersebut sepadan dengan temuan penelitian Riri dan Nadia yang dilakukan di Wisata

¹³ Megasari Gusandra Saragih, Dan Bunga Aditi, and Annisha Suvero Suyar, "Perceived Value, Kepuasan Dan Revisit Intention Wisatawan Pada Lokasi Wisata," *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 3, no. 2 (2022): 253–58, <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1717>.

¹⁴ Fajar Masykur, Dan Widiartanto, and Saryadi, "Pengaruh Destination Image Dan Fasilitas Wisata Terhadap Revisit Intention (Studi Pada Pengunjung Wisata Alam Seroja Di Kabupaten Wonosobo)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11, no. 2 (2022): 170–79, <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34251>.

¹⁵ Riri dan Nidia Wulansari Anggraini, "Pengaruh Perceived Value Terhadap Revisit Intention Di Daya Tarik Wisata Linggai Park Maninjau Kabupaten Agam," *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan (JEMPPER)* Vol.3, No. (2024): 114–125.

Linggai Park Maninjau bahwa terdapat korelasi positif serta signifikan antara *perceived value* dengan *revisit intention*.¹⁶

Pemilihan ketiga variabel ini didasarkan pada temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa faktor-faktor ini berperan signifikan dalam membentuk *revisit intention* di beberapa destinasi wisata. Namun demikian, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya perbedaan temuan, dalam penelitian yang dilakukan Muhammad Zaki dan Astrid menunjukkan persepsi risiko dan fasilitas berpengaruh terhadap *revisit intention*,¹⁷ namun dalam penelitian Septian Ihsan N. *et.al*, hasilnya berbeda yakni persepsi risiko tidak berpengaruh dari terhadap *revisit intention*.¹⁸ sementara itu, penelitian Dwie S, *et.al* juga menunjukkan fasilitas tidak berpengaruh terhadap *revisit intention*.¹⁹ Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Riri dan Nadia yang menemukan bahwa *perceived value* berpengaruh terhadap *revisit intention*²⁰ tetapi hasilnya tidak sejalan dengan temuan Monica

¹⁶ Ibid, hal.114-125

¹⁷ Muhamad dan Zaki Iftikar and Astrid Puspaningrum, “Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Persepsi Risiko Terhadap Revisit Intention,” *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* 03, no. 1 (2024): 98–106, <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk>.

¹⁸ Septian Ihsan Nugraha and Wahyu Rafdinal, “Pengaruh Destination Image Dan Perceived Risk Terhadap Revisit Intention Melalui Tourist Satisfaction Di Kampung Wisata Sejarah Dan Budaya Braga,” *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* 13, no. 01 (2022): 1156–67, <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/4208>.

¹⁹ Dwie Sulistyono, Sanaji Sanaji, and Yessy Artanti, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Pariwisata, Aksesibilitas, Pengalaman Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Kawasan Wisata Telaga Sarangan Magetan),” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 5 (2024): 2717–36, <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.11462>.

²⁰ Riri Anggraini, dan Nidia Wulansari, “Pengaruh Perceived Value Terhadap Revisit Intention Di Daya Tarik Wisata Linggai Park Maninjau Kabupeten Agam.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, Vol 3(1), 2024, 114-125

Havifa, *et.al* dimana *perceived value* tidak berpengaruh terhadap *revisit intention*.²¹

Ketidakkonsistenan ini mencerminkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih dalam, khususnya dalam konteks objek wisata pantai seperti Pantai Gemah di kabupaten Tulungagung, yang hingga kini belum banyak diteliti secara komprehensif dengan ketiga variabel tersebut dalam satu model penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kekosongan tersebut serta memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan ulang wisatawan.

Pemahaman terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *revisit intention* wisatawan menjadi penting bagi pelaku usaha di industri pariwisata, karena dapat dijadikan dasar dalam merumuskan strategi yang tepat sasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sehingga dapat berkembang dan bertahan dari persaingan ketat di industri pariwisata pada era modern ini.

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul Analisis persepsi risiko, ketersediaan fasilitas, dan *perceived value* dalam mempengaruhi *revisit intention* pada objek wisata pantai Gemah kabupaten Tulungagung.

²¹ Monic Havifa, Usep Suhud, dan Dita Puruwita “Pengaruh Destination Image, Perceived Value, Service Quality Terhadap Visitor Satisfaction Dan Revisit Intention Pada Taman Ismail Marzuki,” *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan* 05, no. 01 (2024): 11–23.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

- a. Berdasarkan data pengunjung wisatawan Pantai Gemah dalam lima tahun terakhir, menunjukkan adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan, sementara pra-survei yang telah peneliti lakukan, menunjukkan bahwa terdapat wisatawan melakukan kunjungan lebih dari dua kali di Pantai Gemah pada jangka waktu tertentu dengan motivasi dan tujuan yang beragam.
- b. Persepsi risiko yang terlintas di pandangan wisatawan ketika mengunjungi Pantai Gemah adalah cuaca yang berubah dapat mengakibatkan bencana alam.
- c. Ketersediaan fasilitas di Pantai Gemah belum terstandarisasi dan kurang terawat
- d. Terdapat pengalaman yang kurang memuaskan yang dialami wisatawan Pantai Gemah, sehingga membuat *perceived value* yang diterima menjadi rendah. Hal ini dapat terjadi karena wisatawan merasa bahwa manfaat yang diperoleh tidak sesuai dengan pengorbanan yang dilakukan.

2. Batasan Penelitian

Penelitian ini hanya terbatas pada *revisit intention* atau niat kunjungan kembali wisatawan pada objek wisata pantai Gemah kabupaten Tulungagung. Di mana penelitian ini dilakukan di Pantai Gemah kabupaten

Tulungagung dengan responden yakni wisatawan yang pernah berkunjung ke Pantai Gemah.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi risiko, ketersediaan fasilitas, dan *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* pada objek wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* pada objek wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung?
3. Apakah ketersediaan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* pada objek wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung?
4. Apakah *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* pada objek wisata pantai Gemah kabupaten Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko, ketersediaan fasilitas, dan *perceived value* terhadap *revisit intention* pada objek wisata Pantai Gemah kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap *revisit intention* pada objek wisata Pantai Gemah kabupaten Tulungagung.
3. Untuk mengetahui pengaruh ketersediaan fasilitas terhadap *revisit intention* pada objek wisata Pantai Gemah kabupaten Tulungagung.

4. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap *revisit intention* pada objek wisata Pantai Gemah kabupaten Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat dalam pengembangan teori bidang analisis persepsi risiko, ketersediaan fasilitas, dan *perceived value* dalam mempengaruhi *revisit intention* pada objek wisata pantai Gemah kabupaten Tulungagung.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Pengelola Pantai Gemah

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi memberikan manfaat berupa pemahaman yang mendalam mengenai analisis persepsi risiko, ketersediaan fasilitas, dan *perceived value* dalam mempengaruhi *revisit intention* pada objek wisata pantai Gemah kabupaten Tulungagung sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi untuk pengembangan wisata alam.

b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah arsip atau dokumen akademik pada perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, kemudian dapat juga digunakan untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan baru mengenai analisis persepsi risiko,

ketersediaan fasilitas, dan *perceived value* dalam mempengaruhi *revisit intention* pada objek wisata pantai Gemah kabupaten Tulungagung.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan informasi serta rujukan untuk penelitian selanjutnya di bidang pariwisata khususnya pada bidang persepsi risiko, ketersediaan fasilitas, *perceived value*, dan *revisit intention* pada suatu objek wisata.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini berkaitan dengan variabel independen yaitu persepsi risiko, ketersediaan fasilitas, dan *perceived value* serta variabel dependen yaitu *revisit intention*.

G. Penegasan Variabel

1. Penegasan Konseptual

a. *Revisit Intention*

Revisit intention merupakan niat seseorang untuk berkunjung kembali pada suatu tempat yang sama untuk kedua kalinya dalam jangka waktu tertentu.²²

²² Stylos et al., "Destination Images, Holistic Images and Personal Normative Beliefs: Predictors of Intention to Revisit a Destination." *Tourism Management*, 53 (2016), 40-60

b. Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan persepsi konsumen mengenai ketidakpastian serta akibat negatif setelahnya yang menimbulkan kerugian atas pembelian dari berbagai produk atau layanan.²³

c. Ketersediaan Fasilitas

Fasilitas wisata merupakan bagian dari sarana dan prasarana yang dinilai dapat mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi seluruh kebutuhan wisatawan.²⁴

d. Perceived Value

Perceived value merupakan penilaian yang didasarkan pada selisih antara apa yang didapatkan pelanggan dan apa yang diberikan untuk kemungkinan pilihan yang berbeda, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tetap mempertimbangkan pilihan alternatif yang tersedia.²⁵

2. Penegasan Operasional

a. Revisit Intention

Revisit Intention atau niat berkunjung kembali dalam penelitian ini artinya kesediaan wisatawan untuk berkunjung kembali,

²³ Harry Jundrio and Keni Keni, “Pengaruh Website Quality, Website Reputation Dan Perceived Risk Terhadap Purchase Intention Pada Perusahaan E-Commerce,” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2020, <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.7802>.

²⁴ Destiana Putri and Nur Rahmawati Syamsiyah, “Identifikasi Ketersediaan Fasilitas Sarana Dan Prasarana Di Kawasan Wisata Kuliner Pati,” *Prosiding (SIAR) Seminar Ilmiah Arsitektur*, 2021, 216–25, <https://proceedings.ums.ac.id/index.php/siar/article/view/994>.

²⁵ Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks, 2008). hal. 174

merekomendasikan ataupun mempromosikan kepada orang lain mengenai objek wisata pantai Gemah kabupaten Tulungagung pada masa mendatang.

b. Persepsi Risiko

Persepsi risiko dalam penelitian ini artinya persepsi atau pandangan mengenai keraguan dan konsekuensi yang tidak diinginkan ketika menuju atau sedang berada pada objek wisata pantai Gemah kabupaten Tulungagung.

c. Ketersediaan Fasilitas

Ketersediaan fasilitas dalam penelitian ini artinya tersedianya alat pelengkap guna menunjang kenyamanan kegiatan wisata pada objek wisata Pantai Gemah kabupaten Tulungagung.

d. *Perceived Value*

Perceived Value atau persepsi nilai dalam penelitian ini bermakna penilaian wisatawan mengenai perbandingan manfaat yang dirasakan selama berada di objek wisata, dengan pengorbanan yang dikeluarkan untuk menikmati objek wisata Pantai Gemah kabupaten Tulungagung.

H. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi, penulis menggunakan pedoman penulisan skripsi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Untuk mempermudah pemahaman, maka penulis membuat sistematika penulisan

yang sesuai dengan buku pedoman skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi dibagi menjadi tiga bagian yaitu sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian ini terdiri atas Halaman Sampul Depan, Halaman Judul, Lembar Persetujuan, Lembar Pengesahan, pernyataan keaslian, Moto, Lembar Persembahan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, dan Abstrak.

2. Bagian Utama

BAB I Pendahuluan

Bagian pendahuluan ini merupakan awal skripsi yang terdiri atas latar belakang, Identifikasi masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, penegasan variabel, dan yang terakhir sistematika penulisan skripsi.

BAB II Landasan Teori

Bagian ini akan membahas mengenai variabel-variabel apa saja yang digunakan dalam penelitian berlandaskan teori. Selain itu, pada bab ini juga membahas mengenai kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bagian ini berisi pemaparan rinci mengenai metode penelitian yang digunakan, yakni pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, populasi penelitian, sampling dan

sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan tahapan penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian

Bagian ini memaparkan dan menguraikan hasil penelitian yang meliputi deskripsi data untuk masing-masing variabel dan pengujian hipotesis yang menjelaskan mengenai temuan hasil penelitian untuk masing-masing variabel.

BAB V Pembahasan

Bagian ini memaparkan jawaban dari rumusan masalah, hasil temuan penelitian dan analisis yang telah dilakukan kemudian dibandingkan dengan temuan penelitian dengan teori.

BAB VI Penutup

Bagian ini berisi kesimpulan penelitian yang berdasarkan analisis data dari hasil penelitian. Dan berisi saran yang ditujukan kepada pengelola Pantai Gemah serta kepada pihak lain yang ingin mengembangkan penelitian dengan topik dan dibidang yang serupa lebih lanjut.

3. Bagian Akhir

Bagian ini terdiri atas Daftar Pustaka, Lampiran-lampiran, Surat Pernyataan Keaslian Skripsi dan Daftar Riwayat Hidup.