BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia, dengan kekayaan alam dan keberagaman budaya yang beragam yang terbentang dari Sabang sampai Merauke, mulai dari pantai-pantai yang indah menawan, hingga gunung-gunung yang menyimpan keindahan dengan keberagam hayati yang melimpah dengan *flora* dan *fauna* yang tersimpan didalamnya yang menawarkan pesonanya yang memikat hati wisatawan yang berkunjung. Keberagaman budaya Indonesia juga tidak kalah mempesona. Indonesia memiliki ribuan pulau setiap pulau memiliki berbagai macam suku bangsa, adat istiadat dan bahasa yang sangat beragam. Setiapa daerah menawarkan keindahan budaya yang berbeda beda yang mencipatakan pengalam baru dan berkesan bagi wisatawan yang datang berkunjung.

Kebudayaan dan keindahan Indonesia yang kaya akan keberagaman ini juga perlu di jaga dan di kelola dengan bijak dan berkelanjutan. Pengenbangan dalam sektor pariwisata harus dilakukan secara terintegrasi dan terencana, dengan memperharikan aspek yang ada seperti lingkungan dan pelestarian budaya. fasilitas dan citra suatu destinasi merupakan salah satu alasan pendorong wisatawan untuk berkunjung kesebuah objek wisata, tetapi

seseorang juga akan memmiliki ketertarikan dengan hal-hal baru.[2] Maka dari itu meningkatkan fasilitas wisata dengan berbagai macam inovasi akan menunjang minat berkunjung wisatawan.

Pariwisata sendiri merupakan suatu kegiatan perjalanan dari satu tempat ketempat yang lain, kemudian dilakukan oleh perseorangan atau dilakukan secara kelompok, sebagai sebuah usaha untuk mencari pengalam baru, keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan di lingkungan baru dalam dimensi sosial, alam, budaya dan ilmu. Kemudian ada juga beberapa syarat yang di perlukan agar suatu perjalanan bisa dianggap suatu perjalanan wisata yaitu, perjalanan ini dilakukan secara suka rela yang dalam artian-nya perjalanan ini berasal dari hati dan tidak mengandung keterpaksaan, bersifat sementara jadi perjalanan ini hanya bersifat sementara waktu saja dan tidak dilakukan selama lamanya atau dalam kurun waktu yang sangat lama, kemudian perjalanan ini tidak bersifat menghasilkan upah atau gaji jadi tidak ada unsur pekerjaan di dalam perjalanan ini dan syarat yang terakhir perjalanan ini di lakukan untuk menikmati suatu objek dan daya tarik suatu destinasi wisata.[3]

Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa sektor pariwisata ialah sektor yang paling berpengaruh dalam mengangkat devisa di Indonesia, hal ini di karenakan sumber daya yang di butuhkan untuk mengembangkan sektor

[2] Chintya Ones Charli dan Della Asmaria Putri, "*Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung*," *Jurnal Ekobistek* (Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, 2021).

[3] Ridwan, "Ekonomi Dan Pariwisata," *Ekonomi Dan Pariwisata*, 2020, 1–2.

pariwisata sudah terdapat di dalam negeri itu sendiri. Selain Sumber Daya Manusia (SDM) Indonesia juga memiliki berbagai macam sumber daya. Sumber daya yang di maksud adalah keberagaman sumber daya alam, kuliner dan kebudayaan, hal ini lah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara maupun domestik untuk berkunjung ke indonesia.[4] Pariwisata memiliki peran penting bagi pembangunan negara dan juga di dalam perekonomian nasional. Di Indonesia pariwisata merupakan salah satu sektor penting, Indonesia mempunyai beraneka ragam objek wisata serta budaya yang terbentang dari sabang sampai merauke, mulai dari wisata alam, budaya, kuliner, dan masih banyak lagi, semakin menarik dan beragamnya daya tarik yang di tawarkan, akan semakin besar juga potensi minat kunjungan wisatawan dalam mengujungi suatu destinasi.

Minat kunjungan wisatawan di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, hal ini semakin majunya pemasaran destinasi wisata Indonesia baik dalam kacah nasional maupun internasional. Tetapi, persaingan sektor pariwisata global juga semakin sulit dan ketat. Maka dari itu indonesia sangat perlu terus meningkatkan daya saing serta kualitas pariwisata di Indonesia dalam banyak hal seperti fasilitas, infrastruktur, pelayanan, kreativitas dan inovasi. Pengembangan sektor pariwisata juga harus dilakukan secara terpadu serta berkelanjutan dengan memperhatikan beberapa aspek ini yaitu lingkungan, budaya, sosial, dan ekonomi. Dengan melakukan

[4] Adenisa Aulia Rahma, "*Potensi Sumber Daya Alam Dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia,*" Jurnal Nasional Pariwisata 12, no. 1 (2020).

pengelolahan yang baik dan tepat keberagaman dan kekayaan Indonesia dapat menjadi suatu aset yang sangat berharga yang nentinya mempu meningkatkan kesejateraan masyarakat dan menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata yang banyak diminati wisatawan dari berbagai negara.

Minat kunjungan dari wisatawan terhadap suatu destinasi wisata di tentukan oleh bagaimana kondisi daya tarik, yang didalamnya meliputi keunikan objek serta antraksi.[5] Minat kunjungan wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor seperti promosi pada media sosial, biaya wisatawan, aksesibilitas, fasilitas, citra destinasi dan masih banyak lagi faktor yang mempengaruhi keputusan wisatwan dalam memutuskan kunjungan mereka terhadap suatu destinasi. Menurut Kotler dan Keller mengatakan bahwa minat merupakan bagian dari perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukan keinginan konsumen untuk mendapatkannya.[6]

Promosi pada media sosial dapat memberikan pengaruh pada minat kunjungan wisatawan, karena dengan melakukan pemasaran melalui media sosial yang memiliki jangkauan luas yang memungkinkan suatu detinasi wisata menjangkau audiens yang lebih besar dan luas. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Tartila, yang mengatakan bahwa hadirnya era digital dapat menjadikan kehidupan masyarakat menjadi lebih modern dan praktis dalam menjalani

[5] Sulfi Abdulhaji dan Ibnu Sina Hi. Yusuf*, "Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate. Jurnal Penelitian Humano*," *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1–14.

[6] Kotler dan Keller, *Manajemen pemasaran*, (PT Indeks Jakarta, 2009), 15.

aktifitas sehari-hari.[7] Pengunaan *internet* didalam berbisnis beralih fungsi dari alat yang digunakan untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi media strategi bisnis, seperti: pemasaran, pelayanan pelanggan dan penjualan.[8] Terjadinya interaksi aktif antara individu atau komunitas dengan mengunakan teknologi berbasis seluler atau web untuk berbagi informasi, menciptakan atau memodifikasi konten dan berdiskusi hal ini disebut dengan media sosial. Maka dari itu para pelaku bisnis salah satunya di bidang pariwisata dapat mengunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran yang lebih interaktif, informatif, dan memiliki keterkaitan dengan para pelanggan.

Biaya yang di keluarkan wisatawan juga memberikan pengaruh atas keberangkatan menuju destinasi. biaya seseorang juga dapat perpengaruh terhadap keputusan untuk melakukan perjalanan wisata. Selain biaya, biaya suatu perjalanan juga berpengaruh dalam keputusan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata.[9] Selain itu daya tarik yang mencangkup aksesbilitas yang mudah serta fasilitas yang dirawat dan dijaga dengan baik akan memdorong wisatawan untuk melakukan kunjugan ke sebuah destinasi wisata.

Maka dengan adanya kegiatan pariwisata yang berkaitan dengan aktivitas sosial, budaya dan perputaran ekonomi akan memberikan dampak *multiplier*

[7] Muzayyana Tartila, "*Strategi Industri Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Era Digital,"* Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 8, no. 3 (2022): 3310.

[8] Oviliani Yuliana, "*Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis*," Jurnal Akuntansi Da*n* Keuangan 2, no. 1 (2000): 36–52.

[9] Wahyu Hidayat "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisata Di Taman Nasional Way Kambas Propinsi Lampung*" Tesis. Universita Indonesia, Jakarta (2011)

effet. Dengan melibatkan budaya dan keberagaman Indonesia, hal tersebut akan menjadi daya tarik wisatawan Nusantara dan wisatawan Mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia. Dengan adanya keragaman budaya yang di miliki Indonesia yang jika berdasarkan informasi dari BPS berjumlah 1.128 suku bangsa yang tersebar di sebanyak 34 provinsi, serta latar belakang, sejarah dan kondisi geografi, agama serta kepercayaan memberikan kontribusi kepada keanekaragaman budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Hal ini yang akan menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke destinasi yang ada di Indonesia.[10]

Dari sekian banyak Provinsi yang ada di Indonesia dari sabang sampai merauke, Provinsi Jawa Timur ialah salah satu provinsi yang mempunyai banyak destinasi wisata yang indah. Provinsi Jawa Timur sama seperti Provinsi lainnya yang ada di Indonesia memiliki ciri khasnya tersendiri yang sayang untuk dilewatkan. Jawa Timur menawarkan banyak sekali destinasi wisata yang sangat beragam, setiap destinasi wisata memiliki daya tarik tersendiri yang menarik wisatawan untuk datang berkunjung ke destinasi wisata baik wisata alam, wisata budaya, wisata buatan manusia ataupun wisata religi. Provinsi Jawa Timur mempunyai sebanyak 29 kabupaten, 9 kota dan memiliki 666 kecamatan yang di bagi menjadi 8.494 desa dan kelurahan, hal ini membuat Jawa Timur menjadi provinsi yang memiliki jumlah kabupaten dan

[10] *Hariyanto, "Destinasi Wisata Dan Budaya Di Cirebon*," Ecodomica IV, no.2 (2016): 3–4.

kota terbanyak di indonesia. Jawa Timur memiliki penduduk sebanyak 41,53 juta jiwa dan memiliki luas wilayah 48.036,84 km^2.[11]

Salah satunya Kabupaten yang terdapat di Provinsi Jawa Timur adalah Kabupaten Trenggalek. Kabupaten Trenggalek ini dibagi menjadi 157 desa/kelurahan dan 14 kecamatan dan pada tahun 2024 Kabupaten Trenggalek di tempati oleh sebanyak 744,5 ribu jiwa penduduk.[12] Kabupaten Trenggalek memiliki banyak potensi destinasi wisata yang sangat menarik, sehingga Kabupaten Trenggalek juga dapat bersaing dengan destinasi wisata lain di Indonesia. Sama seperti daerah-daerah lain yang ada di Provinsi Jawa Timur Kabupaten Trenggalek juga mempunyai destinasi wisata yang sangat beragam seperti wisata budaya, wisata alam dan wisata buatan.

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Destinasi Wisata Kabupaten Trenggalek

No.	Tahun	Jumlah kunjungan
1.	2019	933.743
2.	2020	420.817
3.	2021	221.517
4.	2022	565.323
5.	2023	928.115
6.	2024	1.006.226

Sumber : Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Trenggalek (DISPARBUD)

[11] Evy Trisusanti, "*Provinsi Jawa Timur Dalam Angka 2024*," Sustainability *(*Switzerland*)* 11, no. 1 (2019): 1–14.

[12] Evy Trisusanti.

Berdasarkan informasi dari Data kunjungan destinasi wisata di Kabupaten Trenggalek menunjukan jika jumlah kunjungan pada objek wisata yang ada di Kabupaten Trenggalek saat tahun 2019 yang dimana saat itu satu tahun sebelum pandemi kunjungan wisatawan di Kabupaten Trenggalek sebanyak 933.763 ribu wisatawan yang berkunjung. Kemudian setelah terjadinya pandemi Covid-19 Kabupaten Trenggalek mengalami penurunan pengunjung kurang lebih 2 tahun, dengan jumlah pengunjung pada saat tahun 2020 sebanyak 420.806 pengunjung dan kemudian pada tahun 2021 dengan sebanyak 221.517 kunjungan. Setetah masa pandemi berakhir jumlah kunjungan mulai mengalami peningkatan yang signifikan, yaitu pada tahun 2022 dengan jumlah kunjungan mencapai 564.970 kunjungan, tahun 2023 sebanyak 734. 262 kunjungan, dan saat tahun 2024 pada bulan Januari sampai bulan Oktober Kabupaten Trenggalek di kunjungi sebanyak 883.454 pengunjung.

Kabupaten Trenggalek memiliki keindahan alam yang sangat memukau mata, selain itu Kabupaten Trenggalek juga memiliki berbagai macam objek wisata yang sudah terdata dan dikelolah oleh Dinas Pariwisata dan Budaya Trenggalek (Diparbud). Kabupaten Trenggalek juga memiliki destinasi wisata unggulan yaitu Pantai Mutiara, Pantai Pelangi, Pantai Karanggongso, Pantai Prigi dan Kolam Renang Tirta Jwalita. Di setiap destinasi wisata ini juga menyuguhkan berbagai aktivitas menarik yang bisa dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung.

Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan Objek Wisata Yang Ada Di Kabupaten Trenggalek Tahun 2024

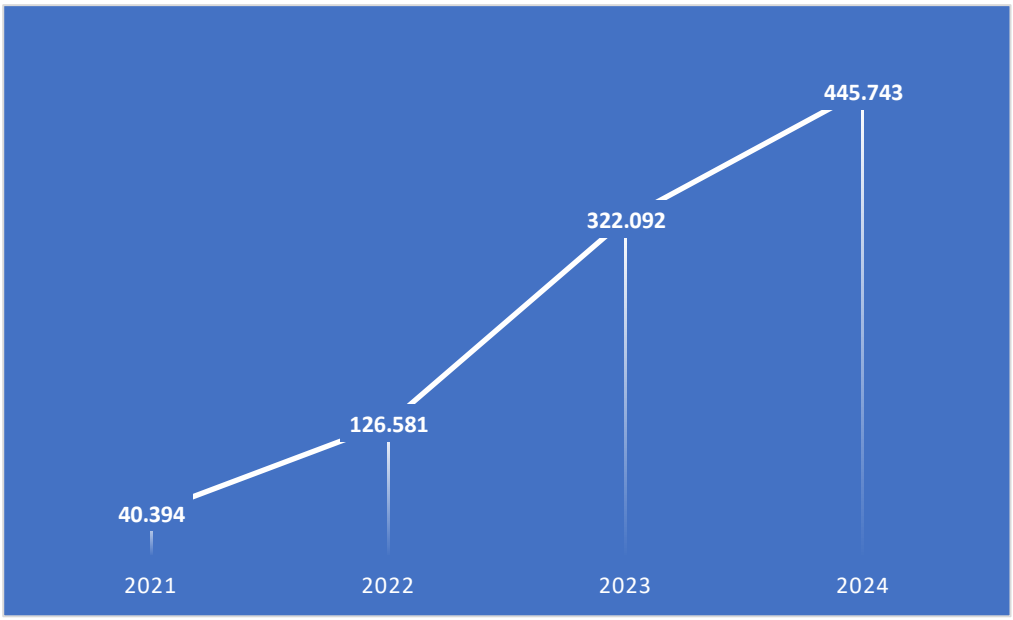
Tempat Wisata	Jumlah Kunjungan
Pantai Pelang	32.304
Pantai Prigi	55.308
Pantai Karanggongso	387.139
Goa Lowo	9.168
Kr.Tirta Jwalita	-
Goa Ngerit	1.670
Kolam Renang Sumberagung	7.077
Desa Wisata Duren Sari	7.247
Pantai Mutiara	445.743
Rumah Apung	5.929
Wisata Tebing Linggo	4.297
Waterpark Bukit Jaas Permai	7.316
Wisata Hutan Mangrov	10.343
Kr. Banyu Biru	14.868
Kr. Taman Waroe	5.918
Pantai Kebo Ngulung Wetan	7.451
Desa Wisata Pandean	4.446
Phd Nusantara	47.965

Sumber : Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Trenggalek (DISPARBUD)

Berdasarkan Tabel 1.2 memperlihatkan data jumlah kunjungan wisatawan dari beberapa objek wisata yang ada di Kabupaten Trenggalek. Bahwa Pantai Mutiara merupakan objek wisata bahari dengan jumlah pengujung paling banyak pada tahun 2024 yaitu mencapai 445.743 kunjungan. Hal ini merupakan jumlah kunjungan terbanyak dari kunjungan di objek wisata lainnya yang ada di kabupaten Trenggalek. Dari data diatas membuktikan bahwa objek wisata Pantai Mutiara merupakan salah satu objek wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan. Peningkatan jumlah kunjungan pada objek wisata Pantai Mutiara mengalami peningkatan dari beberapa tahun terakhir. Berikut ini ialah data yang menunjukan perkembangan jumlah

kunjungan wisatawan di objek wisata Pantai Mutiara mulai dari periode 2021-2024:

Gambar 1. 1 Data Kunjungan Pantai Mutiara Kabupaten Trenggalek 4 Tahun Terakhir



Sumber: Laporan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Trenggalek bidang Pemasaran Pariwisata

Dari Gambar menunjukan bahwa kunjungan wisatawan di objek wisata Pantai Mutiara dari tahun 2021 sampai tahun 2024 mengalami kenaikan. Pada tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Pantai Mutiara sebanyak 40.394 wisatawan, pada tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Pantai Mutiara sebanyak 126.581 wisatawan, pada tahun 2023 jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Pantai Mutiara sebanyak 322.092 wisatawan dan pada tahun 2024 kemarin jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Pantai Mutiara sebanyak 445.743 wisatawan. Dapat dilihat bahwa selama empat tahun belakang mulai dari 2021 sampai dengan tahun 2024

tingkat kunjungan di objek wisata Pantai Mutiara mengalami peningkatan yang konsisten.

Jumlah kunjungan pada Pantai Mutiara yang mengalami peningkatan setiap tahunnya juga berdampak pada kehidupan masyarakat yang tinggal di sekitar Pantai Mutiara, berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan bahwa masyarakat setempat yang sebelumnya berprofesi sebagai nelayan dan buruh tani, kini mereka juga menjual hasil tangkapan ikan kepada wisatawan, Keterlibatan masyarakat sekitar dalam berbagai aktivitas penunjang pariwisata menjadi daya tarik tersendiri yang dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Pantai Mutiara terletak di Dusun Karanggongso, Desa Tasikmadu, Watulimo Kabupaten Trenggalek. Pantai Mutiara Trenggalek atau yang dikenal juga sebagai Pantai Pasir Putih 2, menawarkan pemandangan alam yang memukau dengan suasana air laut yang tenang, dan memiliki suasana yang asri.[13]

Untuk mengembangkan sektor pariwisata secara optimal maka di perlukan secara mendalam mengenai faktor-faktor apa saja yang memberikan pengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan, khususnya bagi mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungangung. Banyaknya objek pariwisata yang ada di Kabupaten Trenggalek, dengan kekayaan alam dan keberagaman budaya yang beragam, mengalami peningkatan minat kunjungan wisata dari tahun ke tahun.

[13] Daniswari, Dini. "Pantai Mutiara Trenggalek Cocok Untuk Liburan Keluarga." *Kompas.com*, 2 Januari 2025, https://www.kompas.com/jawa-timur/read/2025/01/02/151229588/pantai-mutiara-trenggalek-cocok-untuk-liburan-keluarga?utm_source=chatgpt.com. diakses 30 Juni 2025.

Namun persaingan dalam sektor pariwisata semakin ketat, mendorong perlunya peningkatan daya saing, inovasi, dan kualittas. Penelitian ini berfokus kepada faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung pada Objek Wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek, seperti biaya, pengunaan media sosial sebagai media pemasaran, dan daya tarik objek wisata yang disuguhkan kepada wisatawan yang berkunjung.

Biaya merupakan faktor inti didalam perjalanan wisata, karena setiap perjalanan kesuatu objek wisata atau kesuatu tempat tertentu akan selalu membutuhkan biaya. Faktor biaya memungkinkan untuk mengukur seberapa besar pengaruh biaya yang dikeluarkan seperti harga tiket, biaya transportasi, akomondasi, atau biaya yang lainnya terhadap minat kunjungan mahasiswa. tetapi hal ini juga dapat mempengaruhi minat kunjungan wisatawan yang ingin mengunjungi objek wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Novika Salina dan Imam Ardiansyah dalam penelitian nya yang berjudul "Pengaruh Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Taman Wisata Alam Angke Kapuk" yang di dalamnya menjelaskan bahwa harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadao minat kunjungan.[14]

Selain itu, promosi media sosial juga memiliki peran dalam membentuk minat kunjungan mahasiswa, informasi yang tersebar melalui media sosial

[14] Novika Salina dan Imam Ardiansyah, "*Pengaruh Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Taman Wisata Alam Angke Kapuk*" 7 (2024).

mengenai Pantai Mutiara bisa mempengaruhi persepsi dan minta kunjungan mahasiswa untuk berkunjung. Daya tarik yang disuguhkan oleh objek wisata Pantai Mutiara juga menjadi faktor kunci dalam penelitian ini. Fasilitas, keindahan, dan pelayanan yang diberikan oleh pengelolah objek wisata Pantai Mutiara dapat meningkatkan minat kunjungan mahasiswa. Pengalaman positif yang diperoleh dari objek wisata yang dikunjungi dapat menjadi motivasi bagi mahasiswa untuk berkunjung kembali. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Yantika Hutasoit, Nalom Siagian, dan Kepler Sinaga[15] dalam penelitianya yang berjudul "Pengaruh Promosi Media Sosial dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Taman Rekreasi Alam Mayang Pekanbaru" yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa promosi media sosial dan daya tarik baik secara simultan atau parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung di Objek Wisata Taman Rekreasi Alam Mayang Pekanbaru. Hubungan antara biaya, media sosial, dan daya tarik objek wisata juga perlu dipertimbangkan. Hal ini selaras dengan teori *Mix Marketing* 4P (Pemasaran Bauran) yang dikenalkan oleh Jerome McCarthy dan dikembangkan oleh Kotler dan Keller yang didalamnya terdapat variabel pengembang pemasaran seperti produk (*product*), harga (*price*) distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Dari variabel yang terdapat pada 4P selaran dengan variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu

[15] Yantika Hutasoit, Nalom Siagian, and Kepler Sinaga, "Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata," no. 2 (2025): 9–21.

Biaya yang relevan dengan harga, promosi media sosial relevan dengan promosi dan daya tarik yang relevan dengan produk dalam pariwisata.

Distribusi atau *place* dikesampingkan dalam penelitian ini dikarenakan lokasi bukan menjadi pertimbangan utama wisatawan dalam menentukan minat berkunjung ke objek wisata, berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa distribusi (*place)* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Yuni Maxi Putri, Hardi Utomo dan Fudji Sri Mar'ati[16] dengan penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga" yang menjelaskan bahwa tidak terdapat Pengaruh signifikan lokasi terhadap loyalitas konsumen di Grand Wahid Hotel Salatiga.

Kemungkinan terjadi interaksi antara faktor-faktor tersebut yang dapat mempengaruhi minat kunjungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terhadap objek wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung merupakan perguruan tinggi yang berada relatif dekat dengan Kabupaten Trenggalek, sehingga memudahkan akses dan pengambilan data dari populasi mahasiswa yang menjadi target penelitian. Mahasiswa sebagai segmen pasar yang potensial dan memiliki karakteristik tersendiri yang masih perlu di pertimbangkan didalam

[16] Yuni Maxi Putri, Hardi Utomo, dan Fudji Sri Mar'ati, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatig*a" Jurnal Among Makarti 14, no. 1 (2021): 93–108.

pengembangan pariwisata. Pada umumnya mahasiswa memiliki keterbatasan pada beberapa hal seperti waktu dikarenakan padatnya jadwal perkuliahan. Letak UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan Kabupaten Trenggalek juga tidak terlalu jauh dan dapat di jangkau dengan transportasi darat, dan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung adalah salah satu Universitas yang memiliki banyak mahasiswa disekitar Kabupaten Trenggalek juga berpotensi menyerap wisatawan dari mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Oleh karena itu penelitian ini mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungangung terhadap objek wisata Pantai Mutiara yang ada di Kabupaten Trenggalek. Maka pengembangan objek wisata Pantai Mutiara yang ada di Kabupaten Trenggalek perlu mempertimbangkan beberapa aspek-aspek yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah di uraikan diatas, permasalahan yang terjadi yaitu ketidak stabilan jumlah pengunjung di beberapa destinasi wisata di Kabupaten Trenggalek. Ditengah kemajuan era digital ini yang membiasakan penggunanya mengunakan media digital atau sosial media sebagai sarana promosi dan untuk mencari informasi mengenai banyak hal terutama pariwisata. Dengan memasarkan suatu destinasi wisata melaui media sosial apakah dapat membangkitkan minat kunjungan seseorag untuk berkunjung ke sebuah destinasi wisata.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh simultan antara biaya, promosi media sosial, dan daya tarik wisata terhadap minat kunjungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung pada objek wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek?
2. Bagaimana faktor biaya dapat mempengaruhi minat kunjungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungangung ke objek wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek ?
3. Bagaimana promosi pada media sosial mempengaruhi minat kunjungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungangung ke objek wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek ?
4. Bagaimana daya tarik destinasi wisata mempengaruhi minat kunjungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungangung ke objek wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari biaya, promosi media sosial, dan daya tarik wisata secara bersama-sama terhadap minat kunjungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungangung pada objek wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek

2. Mengetahui bagaimana biaya dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan minat kunjungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungangung pada objek wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek
3. Mengetahui bagaimana promosi pada media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap minat kujungan mahasiswa UIN Satu Tulungagung pada Objek Wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek
4. Mengetahui bagaimana pengaruh daya tarik suatu objek wisata terhadap minat kujungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungangung pada objek wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek

E. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang sudah di sebutkan, manfaat dari penelitian ini untuk Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat kujungan terhadap objek wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek dalam ruang lingkup mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa berguna bagi pihak berikut:

1. Bagi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek yang bergerak di bidang pariwisata mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat kunjungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung pada objek wisata Pantai Mutiara yang ada di Kabupaten Trenggalek.

2. Bagi pelaku pariwisata

   Membantu para pelaku usaha pariwisata yang ada disekitar objek wisata Pantai Mutiara dalam memahami mengenai kebutuhan, kualitas pelayanan, fasilitas dan preferensi mahasiswa sebagai target pemasaran.

3. Bagi peneliti lain

   Penelitian ini bisa di jadikan refrensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti topik yang sama di masa depan peeliti juga bisa memperluas cangkupan dalam penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat kunjungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungangung pada objek wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Untuk memfokuskan permasalahan yang akan di teliti dan di karenakan ada nya keterbatasan waktu, biaya dan tenaga oleh peneliti, maka objek penelitian difokuskan kepada

1. Ruang Lingkup Penelitian

   Penelitian ini berfokus kepada pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung pada Objek Wisata Pantai Mutiara di Kabupaten Trenggalek, dengan sampel mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang saat ini sedang menempuh pendidikan,

2. Keterbatasan Penelitian

   Penelitian ini memiliki beberapa batasan yaitu, sempel penelitian hanya terbatas pada mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang

kini sedang menempuh pendidikan di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu tertentu sehingga mungkin tidak mencerminkan kondisi di masa depan, penelitian ini bersumber dari kuisioner dan studi dokumentasi, penelitian ini hanya berfokus kepada faktor-faktor seperti biaya, media sosial, dan daya tarik yang mempengruhi minat kunjungan mahasiswa dan faktor-faktor lain yang tidak dikaji didalam penelitian ini.

G. Penegasan Istilah

1. Minat Kunjungan

   Minat Kunjungan adalah niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu, sikap terhadap perilaku, norma sujektif, serta persepsi kontrol perilaku.[17]

2. Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

   Istilah ini mengarah kepada seluruh mahasiswa yang aktif dan terdaftar di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

3. Objek Wisata Pantai Mutiara Di Kabupaten Trenggalek

   istilah ini merupakan objek wisata Pantai Mutiara yang berada di wilayah administrasi Kabupaten Trenggalek,

[17] Icek Ajzen, "Attitudes Personality and Behaviour" (Open University Press, 2005).

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Mahasiswa

   Ada beberapa faktor yang memberikan pengaruh terhadap minat kunjungan mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, baik faktor biaya, faktor promosi media sosial dan faktor daya tarik.

5. Biaya

   Biaya merupakan harga yang harus dibayarkan seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang di inginkan. biaya merupakan tolak ukur ekonomis yang dilkukan untuk mencapai suatu tujuan organisasi, seperti bahan (material), tenaga kerja, dan untuk hal hal lainnya.[18]

6. Promosi Media sosial

   Media sosial adalah saluran berbasis internet yang dibangun berdasarkan dasar-dasar teknologi 2,0, yang memungkinkan pencipta serta pertukaran konten yang dibuat pengguna. sedangkan menurut Rahadi dan Abdilah Media sosial merupakan media yang Media sosial muncul menjadi salah satu tekmologi populasi yang merambat sembaua generasi. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berkembang pesat hingga memberikan ruang untuk penggunanya untuk mengakses informasi dengan lancar. untuk menggakses informasi, baik mengenai bisnis, politik hingga pendidikan.[19]

[18] Widyastuti, "Akuntasi Biaya, Pendekatan Activity Based Costing" *Expert, Bogor.* 2017.3.

[19] Leon A Abdillah, *Peranan Media Sosial Modern* (Palembang: Bening media Publishing, 2022), 1.

7. Daya Tarik

   Daya Tarik wisata ialah segala sesuatu yang memiliki keindahan, keunikan serta nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan budaya, alam, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.[20]

H. Sistematika Penulisan

Agar memberikan kemudahan dalam memahami isi dari penelitian dan agar bisa memberikan gambaran secara menyeluruh, maka secara garis besar sisitematika penulisan penelitian ini adalah seperti yang berikut:

1. Bagian Awal

   Bagian awal dari skripsi ini terdapat hal-hal yang bersifat formalitas, hal itu meliputi halaman judul, halaman sampul, lembar pengesahan, motto, prakata, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, lampiran dan abstrak

2. Bagian Inti

   Bab I Pendahuluan, pada bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, identifikasi masalah dan batasan masalah, penegasan istilah, sistematika penulisan

3. Bab II Kajian Pustaka

   Menjelaskan mengenai teori teori yang membahas variabel, kajian dari penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

4. Bab III Metode Penelitian pada bab ini berisikan mengenai pendekatan dan jenis pendekatan, lokasi penelitian, kehadiran peneliti data dan sumber

[20] Wisnawan, Prayogi, dan Sutapa, *Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyality Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pedesaan*, 2.

data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian

5. Bab VI Hasil Penelitian, pada bab ini mencangkup secara rinci dari deskripsi pada data penelitian, penguji hipotesis, dan analisis data
6. Bab V Penutup, pada bab ini membahas tentang hasil dari penelitian yang sudah di uji secara jelas dan membahas masalah dan tujuan dari penelitian ini