
PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI PANTAI AROFAN DESA TIGARAS KABUPATEN SIMALUNGUN

Yesa April Siahaan

Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar

Anggun Tiur Ida Sinaga

Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar

Injen Pardamean Butarbutar

Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar

Korespondensi penulis: yesaprshn@gmail.com

***Abstract.** The study aims to determine The Effect of Promotion And Service Quality On Arofan Beach Tourist Interest In Tigaras Village. This research uses quantitative research and survey methods. The population in this study were visitors to arofan beach in Tigaras village with a sample size of 100 respondents obtained based on Non Probability sampling with technique Accidental Sampling. Data collection techniques using observation, questionnaires and documentation. The research questionnaire as tasted using validity and reability tests. The data analysis technique used is the classical assumption test and hypothesis testing. The results of this study indicate that there is a positive influence between promotion and interest in tourist visits, there is a positive effect of service quality on visiting interest, there is an influence of promotion and service quality on visiting interest*

Keywords: *Promotion, Service Quality, Interest in Visiting*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan metode survei. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengunjung Pantai Arofan Desa Tigaras dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden diperoleh berdasarkan Non Probability sampling dengan teknik Accidental Sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan Observasi, Angket dan Dokumentasi. Angket penelitian diuji menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif Antara promosi terhadap minat kunjungan wsatawan, terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap Minat kunjungan, terdapat pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Kunjungan

LATAR BELAKANG

Sektor pariwisata merupakan alternatif pemasukan bagi pendapatan daerah maupun bagi devisa negara, bahkan bagi negaranegara maju sekalipun pariwisata serius untuk dikembangkan. Terkait dengan hal itu, dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 9 Tahun (1990) menyatakan bahwa kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta memupuk rasa cinta tanah air, memperkaya

Received September 30, 2024; Revised Oktober 30, 2024; November 02, 2024

** Yesa April Siahaan, : yesaprshn@gmail.com*

kebudayaan nasional dan memantapkan pembinaannya dalam rangka memperkuat jati diri bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa

Keunggulan suatu objek wisata sangat dipengaruhi oleh minat kunjungan wisatawan. Minat kunjungan wisatawan dapat dilihat melalui berbagai aspek, salah satunya kegiatan promosi dan kualitas layanan destinasi wisata. Melalui kualitas pelayanan dan promosi yang diberikan kepada pengunjung diharapkan pengunjung akan merasa puas setelah melakukan kunjungan dan memiliki minat kunjungan ketempat wisata tersebut. Kepuasan pengunjung tersebut diharapkan mampu menjadi motivasi untuk melakukan kunjungan selanjutnya maupun mengajak orang-orang dekatnya agar mengunjungi objek wisata yang telah dikunjungi sebelumnya.

Menurut Hernita dalam Nugraha (2021:25) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata.. Ini merupakan tindakan konsumen dalam memilih dan memutuskan berkunjung pada suatu objek wisata berdasarkan pada minat serta pengalaman. Pada tahap ini, promosi dan kualitas pelayanan berperan penting untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung serta memberikan pengalaman yang baik agar pengunjung bisa melakukan kunjungan kembali serta membantu untuk mengajak wisatawan lain untuk berkunjung.

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

Kabupaten Simalungun merupakan salah satu provinsi Sumatera Utara yang memiliki berbagai potensi yang cukup potensial untuk dikembangkan sebagai daerah tujuan investasi. Salah satu Objek Wisata yang dimiliki dan menjadi andalan bagi Kabupaten Simalungun adalah Pantai Arofan di Desa Tigaras Kabupaten Simalungun. Untuk meningkatkan pelayanan pengelola Pantai Arofan melakukan upaya untuk menambah daya Tarik, pembangunan penginapan, penambahan fasilitas untuk berfoto,

menjaga kebersihan pantai, dan menyediakan pandopo bagi pengunjung. Oleh karena itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola Objek Wisata Pantai Arofan di Desa Tigaras Kabupaten Simalungun akan menjadi penguat bagi mereka dalam mengambil keputusan untuk berkunjung.

Sejauh ini, pelayanan pantai Arofan masih sangat kurang dan minim serta belum memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Selain itu, promosi juga belum diberlakukan. Seperti yang kita ketahui promosi sangat berperan penting dalam kegiatan usaha. Selain memberikan daya Tarik kepada pengunjung yang sebelumnya telah berkunjung, juga dapat menarik perhatian pengunjung yang belum pernah berkunjung. Bukan hanya promosi, pelayanan pantai Arofan juga belum memberikan kenyamanan serta kepuasan kepada pengunjung.

Tabel 1. 1 Target Kunjungan Wisata Pantai Arofan 6 Tahun Terakhir

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah Pengunjung	20.000	8.000	8.000	8.000	15.000	20.000

Sumber : Primer

Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan Wisata Pantai Arofan 6 Tahun Terakhir

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah Pengunjung	21.399	6.595	5.076	5.589	7.376	6.480

Sumber : Primer

Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2018 sebanyak 21.399 orang, namun ditahun 2019 mengalami penurunan pengunjung yang cukup signifikan hingga mencapai setengah pengunjung pada tahun 2019 yaitu sebanyak 6.595 pengunjung dan pada tahun 2020 mengalami penurunan lagi sebanyak 5.076 pengunjung. Hal ini dikarenakan munculnya Virus Covid 19 pada tahun tersebut yang mengharuskan Pemerintah melakukan kebijakan PPKM yang berdampak pada pariwisata termasuk Pantai Arofan di Desa Tigaras. Namun pada tahun 2021 sampai 2023 jumlah pariwisata di Pantai Arofan mengalami penurunan setelah dampak Covid 19.

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah target wisatawan mulai tahun 2019 sampai 2021 memiliki perbedaan yang signifikan dengan jumlah pengunjung yang

datang, hingga di 2 tahun terakhir perbedaan estimasi pengunjung dengan jumlah pengunjung memiliki selisih yang jauh dari kenyataan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa estimasi pengunjung tidak sesuai dengan kenyataan yang ada.

Turunnya wisatawan dari tahun ke tahun dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mendukung minat berkunjung kembali wisatawan di tempat Wisata Pantai Arofan Desa Tigaras. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada pengunjung dan pengelola tempat wisata, terdapat sedikit rasa kurang puas terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan di wisata Pantai Arofan. Baik dari segi keramahan maupun dari segi ketepatan pelayanan. Meskipun tak sedikit pula yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Selain dari segi pelayanan, para pengunjung juga kurang merasa puas dengan promosi yang dilakukan oleh Wisata Pantai Arofan. Dikarenakan kurangnya iklan yang dilakukan oleh tempat wisata. Baik dari sosial media maupun pamflet di jalan. Maka hal ini perlu diperhatikan oleh para pengelola dengan mengetahui keluhan-keluhan pengunjung atau wisatawan tersebut. Seperti fasilitas, pelayanan, promosi, periklanan dan mampu memahami keinginan wisatawan agar dapat berkunjung kembali ke tempat wisata. Serta para pengelola juga harus mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung atau wisatawan sehingga dapat menarik minat kunjung kembali wisatawan.

KAJIAN TEORITIS

Menurut Indrasari (2019:4) pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan-kegiatan yang beroperasi dalam suatu lingkungan yang dibatasi oleh sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri, peraturan-peraturan maupun konsentrasi sosial dan perusahaan yang berusaha menghasilkan laba dari hasil penjualan yang dicapai.

Kegiatan promosi menurut Kotler (2020:41) adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan yang menonjolkan keistimewaan produknya yang membujuk konsumen agar membelinya.

Menurut Kotler dan Keller (2020:272) indikator-indikator promosi diantaranya:

- 1) Pesan Promosi. Merupakan tolak ukur seberapa baik pesan promosi dilakukan dan sampai ke konsumen atau pasar.
- 2) Media Promosi. Merupakan media yang dipilih dan digunakan untuk melakukan promosi.
- 3) Frekuensi Promosi. Adalah jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam waktu melalui media promosi penjualan
- 4) Waktu Promosi. Adalah seberapa lama waktu untuk melakukan program promosi.

Menurut Indrasari (2019:57) Kualitas pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Menurut Indrasari (2019:63) Terdapat beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan di dalam kualitas layanan yaitu:

- 1) Berwujud (tangibles) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- 2) Ketanggapan (responsiveness) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 3) Keandalan (reliability) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 4) Jaminan dan Kepastian (assurance) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- 5) Empati (emphaty) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Menurut Hernita dkk (2019) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi.

Adapun indikator yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan menurut Zeithaml dan Bitner (2018:207) terdiri atas.

- 1) Adanya keinginan untuk berkunjung ke destinasi tersebut.
- 2) Bersedia merekomendasi/mengarahkan kepada calon pengunjung lain untuk berkunjung ke destinasi.
- 3) Pengunjung berkeinginan untuk memberikan masukan demi perbaikan destinasi wisata di masa depan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey yang bersifat kuantitatif. Penelitian survey adalah metode yang digunakan untuk penelitian yang menggunakan kuisioner dan wawancara. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dengan mengumpulkan data yang berupa angka atau data berupa kata-kata atau kalimat yang dikonversi menjadi data berbentuk angka (Nanang, 2014:20).

Lokasi adalah tempat dilaksanakannya suatu penelitian. Peneliti melakukan penelitian tentang Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pengunjung di Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simulungun, Sumatera Utara.

Populasi adalah keseluruhan, totalitas atau generalisasi dari satuan, individu, objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik

tertentu yang akan diteliti, yang dapat berupa orang, benda, institusi, peristiwa yang didalamnya dapat memberikan informasi (data) penelitian yang kemudian dapat ditarik kesimpulannya.

Menurut **teori representativitas**, data dari masa lalu (misalnya, pengunjung tahun terakhir) dapat digunakan sebagai acuan, selama data tersebut dianggap cukup mewakili karakteristik populasi yang hendak diteliti. Jika tren atau perilaku pengunjung di tahun sebelumnya stabil dan tidak ada faktor besar yang mengubahnya secara signifikan (seperti pandemi, krisis ekonomi, dsb.), maka data tersebut dianggap representatif untuk populasi saat ini.

Sehingga pada penelitian ini peneliti mengambil populasi dengan jumlah pengunjung tahun terakhir sebanyak 6.480.

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

Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 98,5 responden. Agar penelitian ini menjadi lebih akurat maka sampel menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik Non Probability Sampling. Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam Non Probability Sampling terdapat berbagai cara dalam pengambilan sampel salah satunya adalah Accidental Sampling. Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Menurut Sugiyono (2017:148) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga jenis yaitu observasi, kuesioner atau angket.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel bebas promosi dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat kunjungan wisatawan di Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun.

Pengaruh Promosi Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan

Berdasarkan penelitian terhadap variabel promosi, peneliti menemukan bahwa sebagian besar wisatawan setuju dengan promosi terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun yang diteliti dalam penelitian ini berpengaruh. Hal ini terlihat dari jawaban sebanyak 10 pernyataan yang mewakili variabel penelitian yang menggambarkan baik atau buruknya promosi terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun.

Seluruh pernyataan tersebut merupakan hasil penjabaran 4 indikator yang diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini. Indikator tersebut antara lain Pesan promosi, media promosi, waktu promosi, dan frekuensi promosi. Berdasarkan uji parsial (uji t), variabel promosi berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun. Hal ini terbukti berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan

. Dapat dilihat bahwa variabel promosi variabel promosi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan (Y). Hal ini terlihat nilai t_{hitung} 5,471 > nilai t_{tabel} 1,985. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima yang dapat diartikan bahwa variabel promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun.

Sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Syahrul Hidayat, Apriatni Endang Prihatini, Dinalestari Purbawati (2021) dengan judul “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Ke Museum Surabaya” yang menyatakan bahwa Promosi memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat kunjungan. Oleh sebab itu, Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun perlu meningkatkan promosi sehingga menjadi alasan wisatawan untuk melakukan kunjungan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan

Berdasarkan penelitian terhadap variabel kualitas pelayanan, peneliti menemukan bahwa sebagian besar wisatawan setuju dengan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan di Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun yang diteliti dalam penelitian ini berpengaruh. Hal ini terlihat dari jawaban sebanyak 12 pernyataan yang mewakili variabel penelitian yang menggambarkan baik atau buruknya kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan pada Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun. Seluruh pernyataan tersebut merupakan penjabaran dari 5 indikator yang diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini. Indikator tersebut antara lain berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati. Berdasarkan uji parsial (uji t), kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan pada Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun tahun 2024. Dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan dengan nilai t_{hitung} 3,014 > nilai t_{tabel} 1,985

Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_2 diterima yang dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan pada Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun.

Sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Ferlian Ramadhan, Budi Wahono, Ety Saraswati (2022) dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Ngliyep Kabupaten Malang” menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh

signifikan terhadap minat kunjungan (Y) pada Objek Wisata Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun. Dengan demikian, kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan ke Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun.

Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan

Berdasarkan penelitian terhadap variabel minat kunjungan wisatawan pada Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun yang terdiri dari 8 pernyataan yang mewakili variabel minat kunjungan yang menggambarkan baik atau buruknya terhadap Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun. Seluruh pernyataan tersebut merupakan hasil penjabaran dari 3 indikator yang diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini. Indikator tersebut terdiri dari adanya minat berkunjung, rekomendasi pengunjung yang telah berkunjung kepada calon pengunjung, masukan dari pengunjung.

Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan (Uji F) yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $F_{hitung} 66,985 > F_{tabel} 3,09$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat kunjungan pada Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun. Taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu variabel bebas yang terdiri dari promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu minat kunjungan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- 1) t_{hitung} variabel X_1 sebesar $5,471 > t_{tabel}$ sebesar $1,985$ dan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_{a1} diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara Promosi Terhadap Minat Kunjungan. Promosi berpengaruh negative Terhadap Minat Kunjungan wisatawan.
- 2) t_{hitung} variabel X_2 sebesar $3,014 > t_{tabel}$ sebesar $1,985$ dan taraf signifikan $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_{a2} diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif Terhadap Minat Kunjungan wisata.

Berdasarkan hasil pengelolaan SPSS pada uji F tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) Nilai F hitung sebesar $66,985 > 3,09$
- b) Nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$

Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Minat Kunjungan wisatawan Pantai Arofان Desa Tigaras.

SARAN

1. Bagi Akademisi

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memajukan ilmu pengetahuan dan menjadi sarana atau sumber pengembangan bagi pembaca yang ingin mendalami tentang promosi dan kualitas pelayanan untuk memajukan tempat wisata.

2. Bagi Tempat Wisata

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi serta sebagai motivasi untuk meningkatkan kualitas tempat wisata dan meningkatkan minat masyarakat untuk melakukan kunjungan, serta untuk membantu dalam meningkatkan perekonomian masyarakat tigaras.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk penelitian selanjutnya dan peneliti tersebut dapat menambahkan factor tambahan yang dapat mempengaruhi minat untuk mengambil kredit dan menggunakan Teknik tambahan selain kuesioner untuk menghasilkan hasil yang lebih objektif, seperti wawancara, membuat penelitian lebih kuat dan lebih berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- dari Ketidakpatuhan Masyarakat pada Masa Pandemi*. Artikel, 19, 1–10.
- Abdullah, Ma'rif. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Arianto (2018:83), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*; Dalam Jurnal Pemasaran Kompetitif . <http://doi.org/10.32493/jpkpk.vli2.856>.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Deser Putri Esa Zendrato, Nurhayati (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Pengunjung Pada Kebun Binatang Medan Zoo*. STIM Sukma Medan.
- Estu Handayani , Mohamad Dedi (2017). *Pengaruh Promosi Wisata Bahari Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Pelabuhan Muncar Banyuwangi*. Fakultas Bisnis, Universitas Mikroskil.

- Ferlian Ramadhan, Budi Wahono, Ety Saraswati (2022). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Ngliyep Kabupaten Malang*. Universitas Islam Malang.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Freddy Rangkuti, 2019, *Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gamal Swantoro, SH. 2019. *Dasar-dasar pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Goetsch, D. ., & Davis, S. (2019). *Quality Management For Organizational Excellence: Introduction to Total Quality (8th Editio)*. Printice Hall International, Inc.
- Henny Rossellawaty, Pribanus Wantara. 2023. *Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Atraksi, dan Pelayanan Tambahan terhadap Minat Kunjungan ke Destinasi Wisata Lon Malang* Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah 8 (4).
- Hernita, & dkk. (2019, Juli September). *Pengaruh Bauran Pemasaran, Word Of Mouth Destination Image dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pantai Ria Kenjeren*. (STIKOM, Penyunt.) Jurnal Aplikasi Bisnis dan jurnal, 1-16.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Iqbal, Hasan, 2010. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Juwita Ramayanti. 2020. *Pengaruh gaya kepemimpinan guru dalam mengajar terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran Aqidah Akhlakdi Madrasah Aliyah Muhammadiyah Metro*. IAIN Metro.
- Kismono, G, 2019. *Bisnis Pengantar*, Edisi Kedua. Diterbitkan oleh. BPFE:Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Erlangga:Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2020). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong. (2019), *Principles of Marketing*, 14th Ed, Prentice Hall, Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Leo Fernando Simatupang, Sotarduga Sihombing. 2024. *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pantai La Repa Desa Sipolha Horison Kabupaten Simalungun*. Innovative: Journal Of Social Science Research 4 (1), 10544-10553.
- Mu'arif, A., & Suryawardani, B. (2018). *Analisis Bauran Promosi Pada Cafe Roempi Bandung Pada Tahun 2017*. 3(2), 200–204.
- Nanang Martono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Nugraha, A. S., & Adialita, T. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kota Bandung Melalui Nilai yang Dipersepsikan*. Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen, 2(3), 195-212.
- Nuraeni (2014). "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Semarang," *Jurnal Bisnis Strategi*, vol. 23, no. 1, pp. 1-20, Apr. 2017. <https://doi.org/10.14710/jbs.23.1.1-20>

- Patrick, R. J. et al. (2018) 'The predictive value of fall assessment tools for patients admitted to hospice care', *BMJ Supportive and Palliative Care*, 7(3), pp. 341–346. doi: 10.1136/bmjspcare-2015-001070.
- Robi Abdul. 2024. *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap keputusan pembelian pada Terserah Kopi Grobogan*. STIE BPD JATENG.
- Santoso, Singgih. (2017). *Menguasai statistik dengan SPSS 24*. Jakarta: PT. Elexmedia Komputindo.
- Sopyan. 2018. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening*.
- Stanton, William, (1996), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Kedua, Edisi Ketujuh, Erlangga : Jakarta.
- Stanton, William. J dan Y. Lamarto. 2020. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Sudarmanto, 2010. *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Raja Grafindo.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti & Salamah Wahyuni. 2006. *Metode penelitian bisnis. edisi 1*. Yogyakarta: ANDI.
- Suryana. 2001. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryati, Lili. 2019. *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Sleman: CV Budi Utama.
- Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Os Hotel Batam*. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 81–89.
- Syahrul Hidayat, Apriatni Endang Prihatini, Dinalestari Purbawati (2021). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Ke Museum Surabaya*. Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana.
- Umar, Husein. 2003. *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *What Are Services?* (7th ed.). Mc Graw Hi Education.
- Zubdatul Kamala, Efriyani Sumastuti, Ratih Hesty Utami P (2024). *Pengaruh Promosi, Harga, Lokasi, Citra Destinasi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Karang Jahe Rembang*. Universitas PGRI Semarang.