

Pengaruh Promosi Dan Komponen Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang

Muntita Elia Putri¹, Nawangsih², Kusnanto Darmawan³

STIE Widya Gama Lumajang¹²³

Email : muntitaelia36@gmail.com¹

Email : lovinawang@gmail.com²

Email : kusnanto.wiga@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 3

Nomor 1

Bulan September

Tahun 2020

Halaman 67-73

ABSTRAK

Kepuasan wisatawan ketika berkunjung dalam sebuah destinasi wisata yang memberikan peluang bagi pihak pengelola destinasi wisata untuk menggali potensi unggulan daerah yang dimiliki, sehingga ikut berkontribusi dalam memajukan industri pariwisata daerah. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan komponen wisata terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda, uji hipotesis parsial dan uji hipotesis simultan serta teknik pengambilan sampel dengan metode *insidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang dengan jumlah responden 60 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial promosi dan komponen wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa promosi dan komponen wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. Nilai persentase koefisien determinasi 48,2%. Dengan ini berarti bahwa dari pengaruh kepuasan pengunjung yang dapat diuraikan dari variabel promosi dan komponen wisata sedangkan sisanya 51,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Promosi, Komponen Wisata, Kepuasan Pengunjung

ABSTRACT

Tourist satisfaction when visiting a tourist destination that provides an opportunity for the tourist destination manager to explore the superior potential of the region they have, thus contributing in advancing the regional tourism industry. The purpose of this study was to determine how much influence the promotion and tourism component on visitor satisfaction at Watu Pecak Beach Lumajang Regency partially or simultaneously. This study uses quantitative methods with multiple linier regression analysis, partial hypothesis testing and simultaneous hypothesis testing and sampling techniques with the method of insidental sampling. Data collection using a questionnaire distributed to visitors in Watu Pecak Beach Lumajang Regency with 60 respondents. The result showed that partially the promotion and tourism component had a significant effect on visitor satisfaction, the results of simulticantly influence visitor satisfaction at Watu Pecak Beach Lumajang Regency. The percentage value of the coefficient of determination is 48.2%. This means that the influence of visitor satisfaction can be described from the promotion variable and the tourism component while the remaining 51.8% is influenced by other variables not examined.

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata mampu menggairahkan aktivitas bisnis untuk menghasilkan manfaat maupun sosial, budaya, baik ekonomi yang sangat penting bagi suatu negara. Meningkatnya jumlah pengunjung dari tahun ke tahun merupakan salah satu wujud keberhasilan dalam sebuah pariwisata. Jumlah pengunjung akan meningkat apabila merasa puas ketika berkunjung pada sebuah destinasi wisata yang diberikan oleh pengelola wisata. Pengunjung akan merasa puas dan kembali melakukan liburannya di waktu yang akan datang apabila mereka merasa puas, sehingga kemungkinan pengunjung akan merekomendasikan kepada teman atau keluarga untuk berlibur ke tempat sama (Junaedi, I. W. R. & Utama, 2018:1; Sulistyan, Setyobakti, & Darmawan, 2019). Potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Lumajang meliputi wisata religi, wisata alam dan wisata budaya. Berbagai obyek wisata tersebut menjadi tujuan wisata bagi wisatawan lokal maupun regional, sehingga pengenalan potensi wisata oleh pemerintah daerah dengan mempromosikan pariwisata yang ada di Kabupaten Lumajang agar lebih dikenal dunia. Penelitian ini variabel adalah promosi dan komponen wisata yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang.

Promosi dalam sistem apa saja menjadi suatu usaha untuk memengaruhi kelompok lainnya, secara spesifik promosi ialah bagian dari elemen bauran pemasaran sebuah perusahaan (McDaniel *et al.*, 2011). Kinner dan Kenneth (1990), menjelaskan bahwa sebuah mekanisme komunikasi pemasaran, pergantian informasi antara pembeli dan penjual. Menurut Ananditya & Hidayat, (2017) indikator promosi yakni :

- a) Keberagaman media promosi yang digunakan
Keberagaman media promosi merupakan beberapa sarana yang dipakai untuk mengkomunikasikan suatu produk atau jasa agar dikenal oleh masyarakat luas. Media yang digunakan bisa dengan media cetak, elektronik atau yang lainnya.
- b) Daya tarik promosi
Promosi berkaitan dengan bermacam-macam aktivitas yang dilakukan untuk mencoba menyusun komunikasi antara kebaikan produk serta membujuk para pengunjung yang dituju untuk membeli produk atau jasa tersebut.
- c) Kejelasan pesan dalam promosi
Kejelasan pesan yang disampaikan dalam bentuk promosi memang sangat penting untuk bisa sampai ke pengunjung dan mudah untuk dimengerti. Sehingga pengunjung bisa merespon dengan baik atas pesan yang disampaikannya.
- d) Kelengkapan informasi dalam promosi.
Kelengkapan informasi harus dibentuk dengan matang mulai dari media yang digunakan, informasi yang harus disampaikan, serta tepat dengan sasaran.

Komponen wisata merupakan di suatu lokasi sasaran wisata yang mengharuskan untuk mempunyai komponen di antaranya atraksi atau daya tarik, aksesibilitas yang mudah untuk ditempuh dengan transportasi jenis apapun, amenities tersedianya berbagai macam fasilitas seperti akomodasi, restoran, tempat hiburan, tempat perbelanjaan dan lainnya, fasilitas tambahan yang meliputi organisasi kepariwisataan yang membantu pengelolaan dan pelayanan wisatawan (Setyanto & Pangestuti, 2019). Parameter komponen wisata menurut Utama, (2017:120) sebagai berikut :

- a) *Atraksi (Attractions)*
Atraksi wisata menjadi komponen yang sangat krusial dalam hal menarik wisatawan untuk mengunjungi ke suatu destinasi wisata atraksi wisata merupakan modal atau sumber daya pariwisata (*tourism resource*), daya tarik wisata pada destinasi biasanya tidak bisa dipalsukan oleh tujuan wisata yang lainnya dikarenakan mempunyai ciri khas dari masing-masing destinasi wisata.
- b) *Aksesibilitas (Accessibility)*
Suatu perjalanan wisata terdapat faktor yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung yakni faktor aksesibilitas yang artinya kemudahan yang tersedia untuk menggapai destinasi wisata yang terkadang diabaikan oleh pengunjung dalam menyusun perjalanan wisata, sehingga secara luas bisa mempengaruhi dana petualangan tersebut
- c) *Amenitas (Amenity)*
Tersedianya fasilitas utama ataupun pendukung pada sebuah destinasi yang berwujud akomodasi, restoran, fasilitas penukaran valas, pusat oleh-oleh serta fasilitas pendukung lainnya yang berkaitan dengan kegiatan pengunjung pada suatu destinasi.
Kepuasan pengunjung adalah respon emosional atau kognitif, respon tersebut melibatkan tujuan tertentu meliputi ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, serta respon tersebut berlaku pada waktu tertentu atau setelah mengonsumsi dan memilih barang atau jasa yang bersumber pada pengetahuan akumulatif.

Indikator kepuasan pengunjung menurut Manoppo, (2013) antara lain :

- a) **Kebutuhan dan keinginan**
Kebutuhan dan keinginan merupakan hal yang menjadi landasan atas terbentuknya preferensi pengunjung. preferensi ialah nilai bagi wisatawan yang diperhatikan dalam menentukan suatu pilihan guna memiliki harapan untuk dijadikan sebagai acuan. Kebutuhan yang bermanfaat untuk barang dan jasa sedangkan keinginan jika kebutuhan sudah dipenuhi keinginanpun telah tercapai.
- b) **Pengalaman masa lalu**
Pengalaman adalah sesuatu hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia entah dari pengalaman yang positif maupun yang negatif. Pengalaman juga sangat berarti bagi setiap manusia serta pengalaman yang diberikan kepada seseorang atau kelompok untuk digunakan menjadi pedoman dan pembelajaran di masa yang akan datang.
- c) **Pengalaman dari teman-teman**
Menceritakan tentang kualitas pelayanan jasa yang diperoleh pengunjung, hal ini dapat menjelaskan serta mempengaruhi persepsi pengunjung yang utama pada jasa yang dirasakan yang berisiko tinggi. Dari pengalaman yang telah dirasakan baik untuk direkomendasikan ke seseorang dapat mempengaruhi untuk datang berkunjung.
- d) **Komunikasi melalui iklan dan pemasaran.**
Bagi orang pada bagian penjualan dan periklanan sebaiknya tidak membuat gerakan yang berlebihan melewati tingkat ekspektasi pengunjung. Gerakan yang melebihi secara sesungguhnya tidak akan mampu memenuhi ekspektasi pengunjung yang akan berdampak negatif terhadap pemikiran pengunjung tentang jasa yang diberikan.

Beberapa penelitian yang sama dengan variabel promosi, komponen wisata sebagai variabel independen dan kepuasan pengunjung sebagai variabel dependen yakni Stela Sangkaeng, Lisbeth Mananeke, & Sem G. Oroh (2015), Andrian Dwiki Ananditya & Wahyu Hidayat (2017), Ida Kade Wanda & Edriana Pangesuti (2018), Nawari dan Nur Lailatul Mahfudho (2019), Dewi Ratna Sari (2019). Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disusun hipotesis yang pertama yaitu terdapat pengaruh promosi yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. Hipotesis kedua terdapat pengaruh komponen wisata yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. Hipotesis ketiga terdapat pengaruh promosi dan komponen wisata yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. Dengan adanya hipotesis tersebut maka tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui pengaruh promosi dan komponen wisata terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Jenis data menggunakan data primer dan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yakni hasil dari pengisian kuesioner oleh responden yang melakukan kunjungan di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Sampel yang digunakan sebanyak 60 responden, dimana penentuan sampel menggunakan rumus roscoe dan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *insidental sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode analisis dari hasil output SPSS. Pada penelitian ini apabila instrumen penelitian memiliki skor total lebih dari 0,3 maka dapat dinyatakan valid, dan jika skor penilaian kurang dari 0,3 maka dinyatakan tidak valid. Koefisien dari pernyataan untuk promosi, komponen wisata dan kepuasan pengunjung yang diperoleh hasil perhitungan koefisien korelasi yang seluruhnya mempunyai r hitung yang lebih besar dari r minimal (0,3), sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang menunjukkan koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* pada variabel promosi (X_1) sebesar 0,790, variabel komponen wisata (X_2) sebesar 0,627 dan pada variabel kepuasan pengunjung (Y) sebesar 0,731. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas pada instrument penelitian ini secara keseluruhan mempunyai nilai lebih dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan pada kuesioner untuk mengukur variabel promosi, komponen wisata dan kepuasan pengunjung dapat dinyatakan reliabel. Dapat dikatakan kuesioner yang digunakan baik karena dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama dengan waktu yang berbeda.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Hasil uji normalitas yang memperlihatkan bahwa nilai rata-rata, median dan mode berkumpul pada satu titik tengah dan titik-titik tersebut tidak jauh dari garis diagonalnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini sudah berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diperoleh nilai *tolerance* yaitu 0,839 dan nilai VIF sebesar 1,191 lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dan komponen wisata pada penelitian ini tidak menunjukkan adanya tanda-tanda multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang terlihat jelas dari penyebarannya tersebut serta tidak saling menggumpal akan tetapi terdapat titik-titik yang menyebar. Sehingga model regresi pada penelitian ini terbebas dari adanya heterosdastisitas serta tidak ditemukan gejala pada model regresinya.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui rumusan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil pengolahan data :

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda

No.	Variabel Independen	B
	Konstanta	2,228
1	Promosi (X ₁)	0,423
2	Komponen Wisata (X ₂)	0,517

Sumber: Output olah data tahun 2020

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda yang dapat disajikan pada persamaan pada penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = 2,228 + 0,423 (X_1) + 0,517 (X_2)$$

Nilai konstanta diketahui sebesar 2,228 yang menunjukkan bahwa nilai kepuasan pengunjung sama dengan 2,228 apabila promosi (X₁) dan komponen wisata (X₂) sama dengan nol. Koefisien variabel promosi (X₁) sebesar 0,423 (positif menunjukkan hubungan yang searah) yang menyatakan disetiap kenaikan 1% promosi maka akan menaikkan kepuasan pengunjung sebesar 0,423 begitupun sebaliknya. Apabila setiap penurunan 1% promosi maka akan menurunkan kepuasan pengunjung sebesar 0,423 disertai dengan asumsi variabel komponen wisata adalah konstan atau tidak berubah. Koefisien variabel komponen wisata (X₂) sebesar 0,517 (positif menunjukkan hubungan yang searah) menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% komponen wisata maka akan menaikkan kepuasan pengunjung sebesar 0,517 begitupun sebaliknya. Apabila setiap penurunan 1% komponen wisata maka akan menurunkan kepuasan pengunjung sebesar 0,517 disertai dengan asumsi variabel promosi adalah konstan atau tidak berubah.

Hasil Pengujian Hipotesis

a. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Tabel 2. Uji t (Uji Parsial)

Variabel	T _{hitung}	Sig	Keterangan
Promosi (X ₁)	4,132	0,000	Signifikan
Komponen Wisata (X ₂)	3,835	0,000	Signifikan

Sumber: Output Olah Data Tahun 2020

1) Promosi

Hasil pengujian parsial (uji t) pada variabel promosi diperoleh $t_{hitung} = 4,132$ dengan nilai signifikan 0,000 menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (5%) diperoleh $t_{tabel} = 2,00247$. Hal ini menandakan bahwa $t_{hitung} 4,132 > t_{tabel} 2,00247$ yang berarti H_a diterima dan H₀ ditolak. Tingkat signifikansi 0,000 yang berada dibawah tingkat signifikansi 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang.

2) Komponen Wisata

Hasil dari uji t pada variabel komponen wisata didapat $t_{hitung} = 3,835$ dengan nilai signifikansi 0,000 yang menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (5%) dapat diperoleh $t_{tabel} = 2,00247$. Sehingga menandakan bahwa $t_{hitung} 3,835 > t_{tabel} 2,00247$ yang artinya H_a diterima dan H₀ ditolak. Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada dibawah tingkat signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa komponen wisata berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang.

b. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Tabel 3. Uji F (Uji Simultan)

Model	F	Sig.
1 regression	26.501	0,000

Sumber: Output Olah Data Tahun 2020

Hasil pengujian simultan pada variabel promosi dan komponen wisata diperoleh f_{hitung} sebesar 26,501 dengan nilai signifikansi 0,000 yang menggunakan tingkat signifikansinya sebesar 0,05 (5%) diperoleh f_{tabel} 3,16. Sehingga dapat disimpulkan bahwa f_{hitung} 26,501 > f_{tabel} 3,16 dengan nilai signifikansi 0,000 yang berada dibawah 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa promosi dan komponen wisata berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang.

Koefisien Determinasi

Tabel 4 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	0,694	0,482

Sumber: Output Olah Data Tahun 2020

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan SPSS yang mendapatkan nilai sebesar 0,482. Dapat diartikan bahwa 48,2% kepuasan pengunjung sehingga dapat diuraikan pada variabel independen yang terdiri dari promosi dan komponen wisata. Sedangkan sisanya sebesar 51,8% atau 0,518 kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Variabel lainnya merupakan variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti harga, lokasi, dan minat berkunjung kembali. Dengan ketiga variabel tersebut sudah meliputi dari beberapa indikator promosi dan komponen wisata terhadap kepuasan pengunjung. Variabel harga telah ada di kebijakan dari promosi yang sudah dilakukan wisata Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang dengan memberikan kualitas pelayanan fasilitas wisata. Kemudian variabel lokasi sudah ada pada variabel komponen wisata yaitu dengan memberi penunjuk arah jalan menuju wisata yang tersedia di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. Sedangkan variabel minat berkunjung kembali telah termasuk dalam variabel kepuasan pengunjung, sebab pengunjung yang sudah berkunjung ke tempat Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang akan merasakan puas dan melakukan kunjungan kembali pada wisata tersebut.

a. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung

Pembahasan ini berkaitan dengan hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh promosi secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung memberikan tanggapan setuju mengenai variabel promosi. Berdasarkan penilaian responden terhadap promosi yang ada di pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang dirasa masih kurang maksimal dan kurang menarik wisatawan untuk berkunjung, sehingga banyak pengunjung yang tidak tahu promosi yang sudah dilakukan oleh pengelola wisata. Pengelola wisata sudah melakukan promosi melalui media sosial yaitu *facebook* dan menyebarkan banner ditempat yang sekiranya dapat dilihat oleh banyak orang. Selain itu pengunjung pada wisata ini bisa merasakan pemandangan wisata alam khas bahari dan menikmati kuliner ikan bakar serta menghabiskan waktu liburan bersama keluarga. Menikmati sajian ikan bakar yang disediakan oleh beberapa warung makan serta pemandangan pantai yang indah bisa menjadi kenikmatan tersendiri. Bagi pengunjung, pesan dalam sebuah promosi memang harus jelas dan tepat sasaran. Jika tidak jelas maka pesan dalam promosi tidak dapat dimengerti oleh wisatawan atau masyarakat sekitar. Sehingga pemilihan media yang akan digunakan menjadi pertimbangan untuk mendukung penyampaian pesan tersebut.

Hal ini sangat penting untuk di informasikan, supaya pengunjung dapat mengetahui info tersebut secara keseluruhan dalam bentuk media sosial maupun media cetak. Hasil pengujian hipotesis pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sangkaeng et al (2015), Ananditya & Hidayat (2017) dan Handoko, (2017) dengan hasil penelitiannya menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Promosi merupakan elemen yang dirangkai untuk melaksanakan kegiatan pemasaran dari produk atau jasa yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan. Menurut responden, promosi pada wisata di Pantai Watu Pecak perlu ditingkatkan lagi supaya banyak calon pengunjung yang merasakan bahwa pengelola Pantai Watu Pecak dan memperbanyak media yang digunakan sebagai alat promosinya.

b. Pengaruh Komponen Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung

Pembahasan ini berhubungan dengan hasil yang didapat pengujian hipotesis kedua, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh komponen wisata secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung di pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. Sebagian besar pengunjung rata-rata memberikan tanggapan setuju mengenai komponen wisata. Hal ini menunjukkan bahwa komponen wisata mampu memberikan daya tarik, aksesibilitas dan fasilitas kepada pengunjung di pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. Pesona alam yang menjadi sasaran bagi

wisatawan yang berkunjung apalagi bagi kaum millennial yang gemar mencari tempat-tempat yang cocok untuk berwisata dan diabadikan dengan berfoto. Pantai Watu Pecak layak untuk dikunjungi meskipun hanya sekedar mengisi waktu liburan, apalagi saat liburan panjang atau hari libur lebaran serta hari libur tahun baru ramai dikunjungi. Masyarakat sekitar wisata ataupun dari berbagai desa di Kabupaten Lumajang mendatangi wisata ini untuk menikmati pesona alam yang disajikan di pantai Watu Pecak. Jika wisatawan tidak mengetahui jalan menuju lokasi wisata, pengelola sudah membuat petunjuk arah jalan yang dipasang sepanjang jalan lintang selatan, sehingga mudah dilihat orang dari arah timur maupun barat. Fasilitas wisata menjadi salah satu hal yang dapat memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang melaksanakan perjalanan wisata. Pada wisata Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang menyediakan fasilitas yang sudah layak dipakai yakni akses jalan, parkir kendaraan, loket, tempat makan, musholla dan toilet. Fasilitas menjadi hal penting bagi pengunjung yang membuatnya nyaman atas fasilitas yang diberikan oleh pengelola wisata. Hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Wanda & Pangestuti (2018), Setyanto & Pangestuti (2019) dan Sari (2019) dengan hasil penelitian menyatakan bahwa komponen wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Komponen wisata merupakan aspek yang penting dalam pengelolaan wisata sebagai penunjang dalam memenuhi kebutuhan wisatawan. Menurut responden, komponen wisata di Pantai Watu Pecak sudah bagus akan tetapi perlu penambahan dari segi fasilitas yang masih kurang yakni pada jalan menuju Pantai perlu diperbaiki lagi agar pengunjung lebih mudah mengaksesnya. Untuk parkir kendaraan juga masih terbatas pada waktu terjadi lonjakan pengunjung pada hari libur atau hari raya sehingga perlu tempat yang luas untuk area parkir kendaraan. Organisasi pada wisata Pantai Watu Pecak juga belum ada, sehingga perlu membentuk kelompok yang menjaga Pantai dan mengelolanya agar tidak sembarangan orang merusak keasrian alam, fasilitas dan lainnya.

c. Pengaruh Promosi dan Komponen Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung

Pembahasan ini berhubungan dengan hasil yang didapat dari pengujian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa promosi dan komponen wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. Pada penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel tertinggi terletak pada promosi, sedangkan variabel terendah terletak pada komponen wisata. Berdasarkan hasil yang diperoleh pada pembahasan bahwa promosi dan komponen wisata berpengaruh signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. Promosi dapat menarik perhatian wisatawan, selain itu komponen wisata bisa berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan pengunjung. Kepuasan pengunjung merupakan ukuran dari keseluruhan respon wisatawan untuk setiap kualitas destinasi wisata. Ukuran yang bisa memperhitungkan untuk menilai kualitas dari destinasi yang meliputi pelayanan dan fasilitas yang dirasakan oleh wisatawan, sehingga mendapatkan pengalaman yang baik bagi wisatawan. Keindahan alam di sekitar pantai yang masih terjaga dapat memberikan kesan yang baik bagi pengunjung. Adanya fasilitas wisata yang terdapat di pantai Watu Pecak bisa memberikan rasa senang terhadap pengunjung. Dalam segi daya tarik wisata, pengunjung yang akan datang dan menghabiskan waktunya di tempat wisata akan memilih destinasi wisata yang dapat memuaskan serta memberikan pengalaman yang indah kepada pengunjung agar suatu saat liburan akan berkunjung kembali. Dari segi aksesibilitas terkait dengan akses informasi, kondisi jalan, ketersediaan sarana transportasi serta rambu-rambu penunjuk jalan merupakan bagian yang penting bagi sebuah wisata. Segi *amenity* atau fasilitas pendukung yang berarti fasilitas yang bisa memudahkan pengunjung dalam kegiatannya di Pantai Watu Pecak. Fasilitas pendukung dipenuhi untuk memberikan kenyamanan dalam berbagai macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh pengunjung ataupun wisatawan. Hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2018), Suprajang et al., (2019), Nawari & Mahfudho (2019) dan Lestari Bramtika et al., (2019), yang menunjukkan hasil bahwa seluruh variabel memiliki ikatan yang positif dan berpengaruh. Seperti pada penelitian ini bahwa promosi dan komponen wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Kepuasan pengunjung ialah suatu tingkatan pikiran seseorang yang timbul sebagai efek dari fasilitas dan pelayanan yang dirasakan telah memenuhi harapannya. Menurut beberapa responden, bahwa kepuasan yang dirasakan masih kurang puas karena ada beberapa faktor yang belum tersedia dalam wisata ini seperti fasilitas bermain, Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS). Tetapi pengunjung merasa puas dalam hal kuliner yang membuat pengunjung untuk kembali lagi berkunjung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang kepuasan pengunjung melalui promosi dan komponen wisata di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang yang sudah diuraikan diatas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa hipotesis pertama terdapat pengaruh promosi yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. Hipotesis kedua bahwa terdapat pengaruh komponen wisata yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang. Hipotesis ketiga terdapat pengaruh promosi dan komponen wisata yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang.

Dari hasil penelitian yang sudah dibahas, saran yang bisa diberikan yakni untuk pengelola wisata Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang hendaknya mengedepankan promosi, sebab dengan adanya kegiatan promosi bisa menginformasikan kepada masyarakat Kabupaten Lumajang, meningkatkan perawatan dan kebersihan sarana

dan prasarana yang dibutuhkan pengawasan yang rutin serta membentuk kelompok sadar wisata (POKDARWIS). Penelitian ini hanya meneliti variabel promosi dan komponen wisata sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan penelitian lain bisa meneliti terkait variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pengunjung.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menunjukkan fenomena pada objek penelitian lainnya yang tidak hanya kepuasan pengunjung. Model penelitian yang sama dapat diujikan pada objek yang berbeda khususnya dengan spesifik sampel yang berbeda sehingga diharapkan bisa memperbanyak temuan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. M. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran, Kepercayaan Konsumen dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Survei Pada Jamaah Umrah PT Barakallah Dunia Wisata*. 8(1), 42–54.
- Ananditya, A. D., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Goa Kreo Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(2), 98–106. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/16186>
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Junaedi, I. W. R. & Utama, I. G. B. R. (2018). *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Lestari Bramtika, S., Listyaningsih, E., & Purwanto, B. (2019). *The Effect Of Service Quality, Price And Promotion On Visitors Satisfaction Toward Puncak Mas Tourism Object In Bandar Lampung*. 203(Iclick 2018), 36–39. <https://doi.org/10.2991/iclick-18.2019.8>
- Manoppo, F. (2013). Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1341–1348.
- Nawari, & Mahfudho, N. L. (2019). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pproduk dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Eduaction Gondang Outbond (WEGO) Lamongan*. 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.126.1.78>
- Sangkaeng, S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2015). Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1089–1100.
- Sari, D. R. (2019). Pengaruh Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Margasatwa Semarang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 15(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Setyanto, I., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(1), 157–167.
- Sulistyan, R. B., Setyobakti, M. H., & Darmawan, K. (2019). Strategi Pemberdayaan Masyarakat melalui Program Pembentukan Destinasi Wisata dan Usaha Kecil. *Empowerment Society*, 2(2), 1-7. doi: 10.30741/eps.v2i2.457
- Suprajang, S. E., Nirwanto, N., & Firdiansjah, A. (2019). *The Influence of the E-Wom and Service Quality towards Customer Loyalty through Customer Satisfaction on Natural Tourist Destinations in Blitar Regency, East Java, Indonesia*. 21(1), 39–44. <https://doi.org/10.9790/487X-2101043944>
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wanda, I. B. K., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Pengembangan Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei pada Pengunjung Situs Trowulan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(3), 83–91. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2307>