



PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KUNJUNG KEMBALI WISATAWAN DI PANTAI SABANG KECAMATAN GALANG KABUPATEN TOLITOLI

Samsuddin B. Messa*¹, Ilham², Muhammad Irvan³, Yahya⁴

^{1,2,3,4}STIE Mujahidin Tolitoli, Jl. Samratulangi No.51, Program Studi Manajemen

e-mail: *¹samsuddinbm@gmail.com, ²ilobone88@gmail.com, ³

muhammadirvan@stiemujahidin.ac.id, ⁴yahya@stiemujahidin.ac.id

Abstrak

Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan di Pantai Sabang, Kecamatan Galang, Kabupaten Tolitoli". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap minat kunjung kembali pada wisatawan pecinta snorkeling di Pantai Sabang Tolitoli. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah wisatawan Pantai Sabang yang melakukan aktivitas snorkeling. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat kunjung kembali, (2) Secara parsial, promosi tidak berpengaruh terhadap minat kunjung kembali sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat kunjung kembali.

Kata kunci— Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Kunjung Kembali

Abstract

The Influence of Promotion and Service Quality on Tourists' Revisit Interests at Sabang Beach, Galang District, Tolitoli Regency". This study aims to determine the effect of promotion and service quality simultaneously and partially on the interest of returning visitors to snorkeling lovers at Sabang Beach Tolitoli. This type of research is quantitative. The population of this research is Sabang Beach tourists who do snorkeling activities. The number of samples is 100 respondents. The sampling technique used is purposive sampling. The instrument test uses validity and reliability tests. The analysis technique used is multiple linear regression. The results showed that: (1) Promotion and service quality simultaneously affect the interest in returning, (2) Partially, promotion does not affect the interest in returning, while the quality of service affects the interest in returning.

Keywords— Promotion, Service Quality, Interest in Returning

PENDAHULUAN

Di era informasi saat ini, wisata merupakan salah satu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Semua kalangan masyarakat selalu membutuhkan waktu untuk menghilangkan penat dengan melakukan berbagai macam aktifitas wisata seperti camping bersama keluarga di objek wisata, menjelajah alam, menjelajah bawah laut dengan scuba diving atau snorkeling dan lain-lain.

Hal ini dilakukan untuk sekedar menyegarkan kembali pikiran dari kesibukan aktifitas sehari-hari. Pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang serta tujuan-tujuan lainnya (Koen Meyers, 2009).

Sebagai salah satu DTW unggulan di kabupaten Tolioli, Pantai Sabang menjadi salah satu target dalam pemasukan PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kabupaten Tolioli. Oleh karena itu, berbagai promosi untuk meningkatkan jumlah kunjungan dilakukan oleh Dinas terkait yang menangani pengelolaan Pantai Sabang dalam hal ini Dinas Pariwisata Tolioli. Berbagai macam teknik promosi dan pemasaran diprogramkan setiap tahunnya, diantaranya dengan memanfaatkan penggunaan media sosial serta media baik cetak maupun elektronik. Sehingga Pantai Sabang beberapa kali menjadi salah satu mata acara beberapa stasiun TV seperti Kompas TV, Trans Tv, MNC Tv serta TVRI. Selain itu Promosi dari para pengunjung yang mengekspos keindahan pantai sabang lalu menebarnya di media sosial seperti facebook dan instagram juga menjadi salah satu hal yang mampu menambah angka pengunjung di Pantai Sabang. Dengan berbagai macam program promosi dan peningkatan pelayanan di Pantai Sabang khususnya dalam kegiatan snorkeling menimbulkan pertanyaan apakah faktor promosi dan kualitas pelayanan di pantai sabang dalam kegiatan snorkeling dapat meningkatkan minat kunjung kembali para wisatawan khususnya bagi para pencinta snorkeling ?. Maka dari itu, berdasarkan uraian di atas maka penulis mengambil penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan di Pantai Sabang, Kecamatan Galang, Kabupaten Tolioli”

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (Umar, 2005).

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Pantai Sabang, Desa Sabang Kecamatan Galang, Kabupaten Tolioli. Penelitian ini akan dilakukan selama 3 bulan mulai bulan juni hingga bulan agustus 2021.

Populasi dan Sampel

Menurut Sumarni dan Wahyuni (2006:69), populasi merupakan keseluruhan objek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas maupun yang tidak terbatas. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan pengunjung pantai sabang.

Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung pantai Sabang yang diambil secara random / acak. Sedangkan teknik penentuan sampel dilakukan dengan teknik aksidental. Menurut Sugiyono (2003:60), teknik aksidental adalah suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel pada saat melakukan kegiatan snorkeling.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer penelitian ini diperoleh secara langsung melalui hasil kuisioner yang telah diisi oleh responden penelitian dan

wawancara kepada pihak obyek wisata untuk mengetahui gambaran umum obyek wisata tersebut.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda. Analisis Regresi Linier Berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tahapan dalam melakukan analisis data dengan Regresi Linier Berganda, yaitu:

Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik adalah model yang memenuhi uji asumsi klasik. Itulah mengapa uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum menganalisis regresi (Sarjono dan Julianita, 2011:53).

Membuat Persamaan Regresi

Model regresi linier berganda bertujuan untuk memprediksi besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah promosi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah minat kunjung kembali (Y) dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat signifikan tidaknya pengaruh variabel-variabel bebas yaitu promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu minat kunjung kembali.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel promosi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu minat kunjung kembali (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pantai Sabang

Pantai Sabang terletak di desa Sabang kecamatan Galang berjarak kurang lebih 12 kilometer dari kota Tolitoli. Pada awalnya pantai ini disebut dengan pantai Sabang Tende karena letaknya berada pada perbatasan antara desa Sabang dan desa Tende. Namun pada tahun 2017 setelah pemekaran desa dan penetapan desa Sabang sebagai salah satu desa wisata di kabupaten Tolitoli, Pantai ini di sebut dengan nama Pantai Sabang.

Pantai Sabang dapat di akses dengan kendaraan roda dua maupun empat. Sejak di tetapkannya pantai Sabang sebagai salah satu destinasi wisata unggulan, akses ke pantai ini telah ditingkatkan dengan adanya perbaikan jalan raya menuju lokasi pantai Sabang. Saat memasuki gerbang desa Sabang, Pantai sabang hanya berjarak kurang lebih 1 kilometer.

Regresi linear berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel V.12 diperoleh persamaan regresi: $Y = 2,296 + 0,188 X_1 + 0,352 X_2$

Dimana:

Y = Minat Kunjung Kembali

X1 = Promosi

X2 = Kualitas Pelayanan

Uji t

- 1) Menentukan Hipotesis Alternatif (H_a) dan Hipotesis Nol (H_0)

H_0 : Promosi secara parsial tidak berpengaruh pada minat kunjung kembali

H_a : Promosi secara parsial berpengaruh pada minat kunjung kembali
- 2) Menentukan Taraf Signifikansi (Level of Significance)

Taraf signifikan atau α (alpha) yang digunakan dalam penelitian adalah 5% (0,05).
- 3) Menghitung t statistik (t hitung)

t hitung diperoleh dari output SPSS adalah 1,734 dan t tabel dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dengan $n - k - 1 = 97$, didapat nilai t tabel sebesar 1,985.
- 4) Menentukan Kriteria Uji t

H_0 ditolak dan H_a diterima jika $-t \text{ hitung} > t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $\text{sig.} < 0,05$

H_0 diterima dan H_a ditolak jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ atau $\text{sig.} \geq 0,05$
- 5) Kesimpulan

Dapat dilihat bahwa nilai t hitung untuk promosi (X_1) sebesar 1,734 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,985 ($1,734 < 1,985$) dan nilai sig. uji t pada promosi lebih besar dari 0,05 ($0,05 < 0,86$). Maka H_0 diterima yang artinya promosi secara parsial tidak berpengaruh pada minat kunjung kembali.

Dapat dilihat bahwa nilai t hitung untuk kualitas pelayanan (X_2) sebesar 2,944 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,985 ($2,944 > 1,985$) dan nilai sig. Uji t pada kualitas pelayanan kurang dari 0,05 ($0,05 > 0,004$). Maka H_0 ditolak yang artinya kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh pada minat kunjung kembali.

Uji F

- a. Menentukan H_0 = hipotesis 0 dan H_a = hipotesis alternatif

H_0 : $b_1 : b_2 = 0$, artinya promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap minat kunjung kembali. H_a : $b_1 : b_2$ minimal salah satu $\neq 0$, artinya promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat kunjung kembali.
- b. Menentukan tingkat signifikansi (α) dan Ftabel

Tingkat signifikansi (α) dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Ftabel dapat dicari dengan menentukan besar derajat kebebasan (*degree of freedom*) pembilang dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) penyebut. Derajat kebebasan (*degree of freedom*) pembilang menggunakan k, sedangkan derajat kebebasan (*degree of freedom*) penyebut menggunakan n-k.
- a. Menghitung F statistic (F hitung)

F hitung diperoleh dari output SPSS adalah 13,030 dan F tabel dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dengan $n - k = 98$, didapat nilai F tabel sebesar 3,09.
- b. Menentukan Kriteria Uji F

H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$

H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$

F hitung diperoleh dari output SPSS adalah 13,030 dan F tabel dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dengan $n - k = 98$, didapat nilai F tabel sebesar 3,09.

Dapat dilihat bahwa nilai F hitung yang diperoleh sebesar 13,030 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09 ($13,030 > 3,09$). Maka H_0 diterima yang artinya promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat kunjung kembali.

Uji Koefisien Determinasi R^2

Variasi dalam variabel minat kunjung kembali dapat dijelaskan oleh variasi dalam variabel promosi dan kualitas pelayanan pengelola Pantai Sabang sebesar 19,6 % sedangkan nilai error terms Yang merupakan elemen variasi variabel dependen yang tidak dapat dijelaskan pada semua variable independen. $\sqrt{r} = 0,897$.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat kunjung kembali (F hitung $13,030 > F$ tabel $3,09$). Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa kuat lemahnya minat kunjung kembali dipengaruhi oleh promosi dan kualitas pelayanan. Secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat kunjung kembali ($\text{sig. } 0,004 < 0,05$) sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap minat kunjung kembali ($\text{Sig. } 0,086 > 0,05$), tetapi kedua faktor tersebut tetap berperan penting secara bersama-sama. Hal ini sesuai dengan teori yang utarakan oleh Nuraeni (2014:4) bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat kunjung kembali yaitu kualitas pelayanan, citra destinasi, daya tarik wisata, dan promosi.

Dari hasil penelitian ini dapat diindikasikan bahwa wisatawan tidak hanya memperhatikan promosi saja dalam minat kunjung kembali. Ada beberapa kemungkinan hal tersebut dapat terjadi, yaitu:

1. Kurang aktifnya responden dalam membuka media sosial sehingga wisatawan yang pernah berkunjung ke DTW Pantai Sabang tidak mengetahui perkembangan terbaru dari Pantai Sabang.
2. Pemilihan media sosial yang digunakan untuk sarana promosi saat ini seperti Facebook dan Instagram kurang tepat sehingga wisatawan yang aktif menggunakan media sosial lain seperti Youtube tidak mengetahui promosi yang dilakukan pengelola DTW Pantai Sabang
3. Kurangnya promosi event yang menarik sehingga wisatawan tidak mengetahui promosi event tersebut.

Dari hal ini dapat dilihat bahwa wisatawan lebih memperhatikan kualitas pelayanan, yang sangat penting dan tidak dapat diabaikan dalam mempengaruhi minat kunjung kembali. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pengalaman yang akan dirasakan wisatawan, jika wisatawan mendapat pengalaman yang menyenangkan maka wisatawan tersebut akan kembali lagi di waktu yang akan datang. Namun sebaliknya, jika wisatawan mendapat pengalaman yang tidak menyenangkan maka wisatawan tersebut tidak akan datang lagi. Wisatawan yang telah berkunjung akan menceritakan pengalamannya selama berwisata di Pantai Sabang kepada saudara dan teman-temannya dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*). Wisatawan yang merasa puas akan menceritakan pengalaman menyenangkan kepada saudara dan teman-temannya sehingga membuat saudara dan teman-temannya ingin berkunjung ke Pantai Sabang. Sebaliknya, wisatawan yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan pengelola Pantai Sabang akan menceritakan pengalaman kurang menyenangkan kepada saudara dan teman-temannya sehingga membuat saudara dan teman-temannya enggan untuk berkunjung. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Nuraeni bahwa kesan kualitas pelayanan yang diterima oleh wisatawan akan mempengaruhi perilaku wisatawan yang datang. Semakin memuaskan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, maka semakin besar minat kunjung kembali.

SARAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang ada dalam penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan pihak perusahaan dan penelitian selanjutnya. Saran yang diajukan peneliti adalah sebagai berikut:

a) Bagi Pengelola DTW

Dari hasil rekapitulasi menunjukkan kurangnya promosi pada Pantai Sabang. Sebaiknya pengelola Pantai Sabang dalam hal ini Dinas Pariwisata rutin melakukan promosi event menarik, memperbarui isi media sosial secara teratur misalnya tiga kali dalam sebulan, dan menambah media sosial lain seperti Youtube, selain Facebook dan Instagram yang sudah ada.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ternyata promosi secara parsial tidak berpengaruh sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat kunjung kembali. Namun secara simultan berpengaruh terhadap minat kunjung kembali. Peneliti selanjutnya disarankan dapat melakukan penelitian dengan variabel yang berbeda sehingga dapat dilihat variabel lain apa saja yang dapat mempengaruhi minat kunjung kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*. Erlangga, Jakarta.
- [2] Husein, Umar. 2005, *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Grafindo Persada, Jakarta.
- [3] Sumarni, Murti, Salamah Wahyuni. 2006. *Metode penelitian bisnis. edisi 1*. ANDI, Yogyakarta.
- [4] Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- [5] Sarjono, Haryadi., dan Julianita, Winda. 2011. *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Salemba empat, Jakarta.