

**HUBUNGAN DAYA TARIK WISATA DENGAN KEPUTUSAN  
PENGUNJUNG KE PANTAI PASIR JAMBAK PADANG**



**AIDIL RAHMAN**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN  
JURUSAN PARIWISATA  
FAKULTAS PARIWISATA & PERHOTELAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
Wisuda Periode September 2016**

**Aidil Rahman<sup>1</sup>, Yuliana<sup>2</sup>, Pasaribu<sup>2</sup>**  
**Program Studi D4 Manajemen Perhotelan**  
**FPP Universitas Negeri Padang**  
**email: [aidilrahman21594@yahoo.com](mailto:aidilrahman21594@yahoo.com)**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang. Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional. Populasi dari penelitian ini adalah pengunjung yang pernah berkunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*, dengan menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 86 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner (angket) dengan skala *likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya data dianalisis melalui analisis deskriptif dan korelasi dengan bantuan program SPSS versi 16.00. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penilaian pengunjung tentang daya tarik wisata di Pantai Pasir Jambak Padang termasuk kategori cukup (62%), dan 38% responden termasuk kategori buruk. Sebagian besar (86%) keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang termasuk kategori cukup, dan 14% termasuk kategori buruk. Koefisien korelasi antara daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang adalah 0,767 dengan nilai signifikansi 0,000 berarti terdapat hubungan yang sangat kuat dan bersifat positif serta signifikan antara daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang.

**Kata kunci: Daya Tarik Wisata, Keputusan Pengunjung.**

---

<sup>1</sup> Prodi D4 Manajemen Perhotelan untuk wisuda periode September 2016

<sup>2</sup> Dosen Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata & Perhotelan

## **Abstract**

*This research is aimed to determine the relationship between tourist attraction with visitors' decision to Pasir Jambak Beach Padang. This research is a correlational study. The population of this research was the visitors who've been to Pasir Jambak Beach Padang. The sampling technique is non-probability sampling, using purposive sampling. The number of samples in this reserach amounted to 86 peoples. Data was collected using a questionnaire with a Likert scale that has been tested for validity and reliability. Furthermore, the data was analyzed through descriptive analysis and correlation using SPSS version 16. The results of this research indicate that the ratings of visitors of tourist attraction in Pasir Jambak Beach Padang placed in enough category 62%, and 38% of respondents placed in poor category. More then 86% of visitors decision to Pasir Jambak Beach Padang placed in enough category, and 14% are in poor category. The correlation coefficient between the tourist attraction with visitors decision to Pasir Jambak Beach Padang is 0.767 with a significance value of 0.000 that means there is a very strong correlation and a positive and significant between tourist attraction with visitors' decision to Pasir Jambak Beach Padang.*

**Keywords: Tourist Attractions, Visitor Decision.**

<sup>1</sup> Prodi D4 Manajemen Perhotelan untuk wisuda periode September 2016

<sup>2</sup> Dosen Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata & Perhotelan

## **A. Pendahuluan**

Provinsi Sumatera Barat memiliki banyak perbedaan dan keunikan dibandingkan dengan provinsi lainnya. Pengembangan industri pariwisata hampir terjadi di seluruh Kabupaten/Kota di Sumatera Barat, salah satunya di Kota Padang.

Kota Padang memiliki ketersediaan komponen pariwisata yang memadai seperti produk wisata alam berupa pantai, sungai, air terjun, perbukitan dan lain sebagainya menyebabkan kota ini selalu banyak kedatangan wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu pantai yang dimiliki Kota Padang yaitu Pantai Pasir Jambak Padang.

Pantai Pasir Jambak memiliki pemandangan alam yang masih alami dan jauh dari kebisingan sehingga cocok untuk wisatawan melepaskan kepenatan setelah beraktifitas di kota yang penuh sesak. Pantai Pasir Jambak berada di Kelurahan Pasie Nan Tigo Kecamatan Koto Tangah,  $\pm$  20 km dari pusat Kota Padang dan  $\pm$  9 km dari Bandara Internasional Minang Kabau. Pantai Pasir Jambak ini memiliki hamparan pasir yang berwarna putih dan kecoklatan. Pantai Pasir Jambak memiliki lebar dan landai dengan ketinggian 2 m dari permukaan laut dan dipenuhi dengan pohon kelapa dan barisan pohon pinus.

Sejauh ini, pantai pasir jambak sudah mampu menarik perhatian wisatawan yang berkunjung ke Pantai Pasir jambak tersebut, hal ini dapat dilihat dari daftar pengunjung yang berkunjung ke objek wisata di Kota Padang.

**Tabel 1. Jumlah pengunjung ke objek wisata di Kota Padang**

No	Nama Objek Wisata	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Jumlah	Persentase %
1	Objek Wisata Pantai Air Manis	23.565	24.560	14.067	62.192	43%
2	Objek Wisata Pantai Pasir Jambak	6.400	8.495	6.500	21.395	15%
3	Objek Wisata Gunung Padang	12.800	17.300	25.100	55.200	38%
4	Pemandian Lubuk Minturun/Air Dingin	365	730	900	1.995	1%
5	Pemandian Lubuk Peraku	476	220	570	1.266	1%
6	Taman Hutan Raya Bung Hatta	748	1.546	1.755	4.049	3%
JUMLAH		44.354	52.851	48.892	146.097	100%

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang 2016

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung ke Pantai Pasir Jambak berada di urutan ketiga dibandingkan dengan objek wisata lainnya, namun jumlah pengunjung yang berkunjung ke Pantai Pasir Jambak mengalami fluktuasi. Melalui wawancara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang mengatakan “Hal ini dikarenakan keputusan pengunjung yang berbeda-beda”.

Berdasarkan hasil pra penelitian peneliti dengan pengunjung yang berkunjung ke objek wisata Pantai Pasir Jambak, pengunjung mengatakan bahwa kurangnya informasi mengenai objek wisata Pantai Pasir Jambak. Hal ini diperkuat dengan tidak adanya website atau brosur yang memperkenalkan atau mempromosikan objek wisata Pantai Pasir Jambak.

Dari tabel di atas, dapat juga dilihat bahwa terjadinya penurunan kunjungan ulang bagi pengunjung yang berkunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang. Hal ini terjadi karena ketidakpuasan antara kebutuhan yang diinginkan oleh pengunjung dengan keadaan yang didapatkan oleh pengunjung.

Seseorang melakukan perjalanan atau kunjungan wisata kesuatu daerah tujuan wisata sangat dipengaruhi oleh perilaku pembelian pengunjung yang bersangkutan. Sesuai dengan pendapat Loudon dan Della (dalam Buchari, 2008:236) mengatakan bahwa “*Visitor behavior may be defined as the decision*

*process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring, using, or disposing of goods and services*“. Artinya perilaku pengunjung adalah proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik individu-individu yang semuanya ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, menggunakan, atau mengabaikan barang-barang dan jasa-jasa. Perilaku pengunjung tersebut dapat berupa berkunjung untuk bersenang-senang, untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan keterampilan tentang suatu hal, serta merujuk pada produk atau tempat yang ditawarkan.

Menurut ahli di atas, perilaku pengunjung juga merujuk pada produk yang ditawarkan. Kotler dan Armstrong (2012:248) mengatakan “*A product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need*”. Artinya bahwa suatu produk atau barang diciptakan dan ditawarkan ke pasar untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar dan dari produk tersebut pasar atau konsumen mendapatkan kepuasan. Pada industri pariwisata, produk dapat berupa tempat atau objek wisata yang ditawarkan kepada pengunjung. Pengunjung akan berkunjung ke sebuah tempat atau objek wisata jika tempat atau objek wisata tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya serta mendapatkan kepuasan. Middleton (2001:122) mengatakan lebih dalam bahwa “*The tourist products to be considered as an amalgam of three main components of attraction, facilities at the destination and accessibility of the destination*”. Dari pengertian ini dapat dilihat bahwa produk wisata secara umum terbentuk disebabkan oleh tiga komponen utama yaitu atraksi wisata, fasilitas di daerah tujuan wisata dan aksesibilitas. Hal ini erat kaitannya dengan daya tarik wisata.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa “*Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan*”. Lebih lanjut Yoeti (1996) menyatakan bahwa “*Daya tarik wisata atau tourist attraction yaitu segala*

sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu”.

Setelah peneliti melakukan pra penelitian pada tanggal 11 Mei 2016, pengunjung mengatakan bahwa tidak ada kegiatan kesenian dan atraksi wisata yang ditampilkan di sekitaran objek wisata Pantai Pasir Jambak, 4 dari 5 orang pengunjung mengeluhkan bahwa jarak dari pusat kota menuju objek wisata Pantai Pasir Jambak cukup jauh dan tidak adanya penunjuk jalan menuju objek wisata Pantai Pasir Jambak, 5 orang pengunjung mengeluhkan tidak adanya angkutan umum yang menuju objek wisata Pantai Pasir Jambak, 3 dari 5 orang pengunjung mengatakan bahwa tidak adanya hotel atau penginapan yang berada di sekitaran objek wisata Pantai Pasir Jambak, 5 orang pengunjung mengeluhkan bahwa belum adanya rumah makan atau *cafe* yang berada di objek wisata Pantai Pasir Jambak, 4 dari 5 orang pengunjung mengeluhkan bahwa parkir kendaraan yang belum tertata dengan baik, 4 dari 5 orang pengunjung juga mengeluhkan bahwa tidak adanya pos keamanan dan tidak tersedianya petugas *life guard* di objek wisata Pantai Pasir Jambak, 5 orang pengunjung mengeluhkan bahwa tidak terdapatnya *souvenir shop* disekitaran objek wisata Pantai Pasir Jambak, adapun masalah lainnya yang pengunjung keluhkan yaitu 5 orang pengunjung mengatakan bahwa kurangnya fasilitas rekreasi yang disediakan di objek wisata Pantai Pasir Jambak.

Berdasarkan keluhan pengunjung di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang.

## **B. Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional. Populasi dari penelitian ini adalah pengunjung yang pernah berkunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*, dengan menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 86 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner (angket) dengan skala *likert* yang telah teruji validitas

dan reliabilitasnya. Selanjutnya data dianalisis melalui analisis deskriptif dan korelasi dengan bantuan program SPSS versi 16.00.

### C. Hasil dan Pembahasan

#### 1. Hasil

Hasil penilaian pengunjung tentang daya tarik wisata di Pantai Pasir Jambak Padang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 2. Deskripsi Variabel Daya Tarik Wisata**

Kategori	Skor	F	%
Sangat baik	$\geq 58,5$	0	0,00
Baik	$49,5 - <58,5$	0	0,00
Cukup	$40,5 - <49,5$	53	62,00
Buruk	$31,5 - <40,5$	33	38,00
Sangat buruk	$< 31,5$	0	0,00
Total		86	100,00

sedangkan hasil penelitian tentang keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3. Deskripsi Variabel Keputusan Pengunjung**

Kategori	Skor	f	%
Sangat baik	$\geq 52$	0	0,00
Baik	$44 - <52$	0	0,00
Cukup	$36 - <44$	74	86,00
Buruk	$28 - <36$	12	14,00
Sangat buruk	$< 28$	0	0,00
Total		86	100,00

#### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas penyebaran data daya tarik wisata dan keputusan pengunjung dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov*. Taraf signifikansi yang digunakan sebagai dasar menolak atau menerima keputusan normal atau tidaknya suatu distribusi data adalah 0,05. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig untuk variabel daya tarik wisata adalah 0,102 dan untuk variabel keputusan pengunjung adalah 0,057, yaitu dengan nilai  $>$  dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa kedua data tersebut terdistribusi normal.

### b. Uji Homogenitas

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji *test of homogeneity of variances*. Hasil analisis uji homogenitas diperoleh nilai Sig adalah 0,087 dengan taraf signifikansi  $> 0,05$ . Ini artinya nilai signifikansi data lebih besar dari taraf signifikansi. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data berasal dari populasi yang mempunyai varians yang sama atau data bersifat homogen.

### c. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui derajat hubungan ( $r_{xy}$ ) antara daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang.

$H_0 : \rho = 0$  Tidak ada hubungan yang signifikan antara daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang.

$H_a : \rho \neq 0$  Terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang.

Setelah dilakukan analisis *Korelasi Pearson Product Moment* dengan menggunakan program SPSS 16.00 diperoleh besarnya koefisien korelasi antara daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung adalah 0,767 dengan koefisien korelasinya bersifat positif. Jika diinterpretasikan ke dalam kriteria interpretasi koefisien *korelasi pearson product moment*/nilai  $r$ , maka koefisien korelasi sangat kuat karena nilai  $r$  berada pada rentang  $>0,75 - 0,99$ . Dengan nilai signifikansi 0,000 berarti terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung karena nilai signifikansinya  $\leq 0,05$ .

## 2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dibuat pembahasan tentang daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung serta hubungan antara kedua variabel tersebut.

### a. Daya Tarik Wisata

Hasil penilaian pengunjung tentang daya tarik wisata di Pantai Pasir Jambak Padang menunjukkan sebanyak 53 orang (62%) termasuk dalam kategori cukup, dan 33 orang (38%) termasuk dalam kategori buruk, yang diperoleh dari hasil penilaian pengunjung. Menurut Cooper dkk (dalam Rindani, 2016), “Daya Tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu: *attraction* (atraksi), *accessibilities* (aksesibilitas), *amenities* (amenitas atau fasilitas), dan *ancillary service* (jasa pendukung pariwisata)”.

#### 1) Indikator *Attraction* (Atraksi)

Hasil penilaian pengunjung tentang indikator *attraction* (atraksi), 17 orang (20%) termasuk kategori baik, 57 orang (66%) termasuk kategori cukup, 9 orang (10%) termasuk kategori buruk, dan 3 orang (3%) termasuk kategorik sangat buruk. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa atraksi di Pantai Pasir Jambak Padang sudah tergolong cukup baik, karena di Pantai Pasir Jambak Padang memiliki sumber-sumber alam yang bagus dan memukau, lokasi yang strategis, dan adanya budaya lokal yang menjadi daya tarik wisata di daerah kawasan objek wisata Pantai Pasir Jambak Padang. Namun selain itu, tidak adanya hiburan yang ditampilkan di objek wisata Pantai Pasir Jambak Padang.

#### 2) Indikator *Accessibility* (Aksesibilitas)

Hasil penilaian pengunjung tentang indikator *accessibility* (aksesibilitas), 18 orang (21%) termasuk kategori baik, dan 68 orang (79%) termasuk kategori cukup. Berdasarkan hasil penelitian di atas, aksesibilitas di Pantai Pasir Jambak Padang sudah tergolong cukup baik, karena jarak objek wisata Pantai Pasir

Jambak Padang dari pusat Kota Padang cukup dekat, waktu tempuh yang relatif cepat, biaya perjalanan yang dibutuhkan untuk mengunjungi objek wisata relatif murah dan terjangkau, serta intensitas kepadatan lokasi yang tidak terlalu padat. Namun selain itu, belum adanya transportasi umum yang tersedia menuju Pantai Pasir Jambak Padang.

### 3) **Indikator *Amenities* (Amenitas atau Fasilitas)**

Hasil penilaian pengunjung tentang indikator *amenities* (amenitas atau fasilitas), 68 orang (79%) termasuk kategori cukup, dan 18 orang (21%) termasuk kategori buruk. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa amenitas atau fasilitas di Pantai Pasir Jambak sudah tergolong cukup, karena di Pantai Pasir Jambak sudah terdapat toilet/kamar bilas, mushala, dan rumah sakit/klinik. Disamping hal itu, di Pantai Pasir Jambak belum terdapat rumah makan/*cafe* serta penginapan yang berada disekitaran objek wisata Pantai Pasir Jambak.

### 4) **Indikator *Ancillary Service* (Jasa Pendukung Pariwisata)**

Hasil penilaian pengunjung tentang indikator *ancillary service* (jasa pendukung pariwisata), 53 orang (62%) termasuk kategori buruk, dan 33 orang (38%) termasuk kategori sangat buruk. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa jasa pendukung pariwisata di Pantai Pasir Jambak Padang tergolong buruk karena di Pantai Pasir Jambak tidak terdapat toko cinderamata yang menjual oleh-oleh khas Pantai Pasir Jambak, tidak terdapat fasilitas olah raga air dan arena permainan anak-anak yang menjadi daya tarik wisata.

Pengunjung dalam melakukan kunjungan ke suatu daerah tujuan wisata, tentunya akan memperhatikan kualitas, dan kondisi dari objek wisata yang ditawarkan. Jadi, dengan adanya perbedaan kualitas dan situasi maupun kondisi dari suatu daerah tujuan wisata dengan yang lainnya, pengunjung tentunya akan tertarik dengan

kualitas, situasi, dan kondisi yang sesuai dengan ekspektasinya. Maka pengunjung akan melakukan kunjungan atau sebaliknya. Sesuai dengan pendapat Maryani (1991:11) yang mengatakan bahwa “Suatu objek wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya yaitu, *what to see, what to do, what to buy, what to arrived*, dan *what to stay*”.

Suatu objek wisata menawarkan hal berbeda kepada pengunjung dengan cara memberikan sesuatu yang berbeda, baik dari sesuatu yang dilihat, sesuatu yang bisa dilakukan pengunjung, maupun sesuatu yang bisa dibeli pengunjung di objek wisata tersebut. Sesuai dengan pendapat Pendit (1994) yang mengatakan bahwa “Daya tarik wisata bisa berperan sebagai segala sesuatu yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat”. Objek wisata yang dapat menarik minat dan perhatian pengunjung adalah objek wisata yang dapat memuaskan keinginan serta memberikan hal berbeda kepada pengunjungnya. Pengunjung yang akan berkunjung, tentu akan mempertimbangkan berbagai hal terlebih dahulu sebelum pada akhirnya ia memutuskan untuk berkunjung. Salah satu pertimbangan yang sangat menentukan suatu objek wisata dikunjungi oleh pengunjung adalah mengenai daya tarik wisatanya.

#### **b. Keputusan Pengunjung**

Hasil penelitian tentang keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang menunjukkan sebanyak 74 orang (86%) termasuk dalam kategori cukup, dan 12 orang (14%) termasuk dalam kategori buruk. Menurut Kotler (2000), ada lima indikator dalam proses keputusan pembelian adalah sebagai berikut pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternative, keputusan pembelian, dan perilaku sesudah membeli.

### **1) Indikator Pengenalan Kebutuhan**

Hasil penelitian tentang keputusan pengunjung dengan indikator pengenalan kebutuhan, 71 orang (83%) termasuk kategori cukup, dan 15 orang (17%) termasuk kategori sangat buruk. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa pengenalan kebutuhan termasuk kategori cukup.

### **2) Indikator Pencarian Informasi**

Hasil penelitian tentang keputusan pengunjung dengan indikator pencarian informasi, 74 orang (86%) termasuk kategori cukup, dan 12 orang (14%) termasuk kategori buruk. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa pengenalan kebutuhan termasuk kategori cukup.

### **3) Indikator Evaluasi Alternatif**

Hasil penelitian tentang keputusan pengunjung dengan indikator evaluasi alternatif, 74 orang (86%) termasuk kategori cukup, dan 12 orang (14%) termasuk kategori buruk. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa pengenalan kebutuhan termasuk kategori cukup.

### **4) Indikator Keputusan Berkunjung**

Hasil penelitian tentang keputusan pengunjung dengan indikator keputusan berkunjung, 57 orang (66%) termasuk kategori baik, dan 29 orang (34%) termasuk kategori cukup. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa pengenalan kebutuhan termasuk kategori baik.

### **5) Indikator Perilaku Pasca Berkunjung**

Hasil penelitian tentang keputusan pengunjung dengan indikator perilaku pasca berkunjung, 6 orang (7%) termasuk kategori baik, 33 orang (38%) termasuk kategori cukup, dan 47 orang (55%) termasuk kategori buruk. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa pengenalan kebutuhan termasuk kategori buruk. Hal ini terjadi karena pengunjung merasa

kurang puas dengan daya tarik wisata di Pantai Pasir Jambak Padang, sehingga pengunjung ada yang tidak akan datang kembali bahkan tidak akan merekomendasikan kepada orang lain.

Untuk menentukan pembeli puas atau tidak puas terhadap pembeliannya terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan kinerja produk yang dirasakan. Jika produk jauh di bawah harapan konsumen maka konsumen kecewa, jika produk memenuhi harapannya, konsumen terpuaskan, jika melebihi harapannya, maka konsumen akan merasa sangat senang. Menurut Alma (2003) Semakin besar beda antara harapan dan kinerja, semakin besar pula ketidakpuasan konsumen. Oleh sebab itu, penjual harus janji yang benar-benar sesuai dengan kinerja produk agar pembeli merasa puas. Menurut Tjiptono (2004) Kepuasan pelanggan merupakan kunci untuk membuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan yakni untuk mempertahankan dan menumbuhkan konsumen serta untuk memetik hasil yang berupa nilai seumur hidup pelanggan.

**c. Hubungan Daya Tarik Wisata dengan Keputusan Pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang**

Berdasarkan hasil penelitian koefisien korelasi antara daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung adalah 0,767 dengan koefisien korelasinya bersifat positif. Jika diinterpretasikan ke dalam kriteria interpretasi koefisien *korelasi pearson product moment*/nilai  $r$ , maka koefisien korelasi sangat kuat karena nilai  $r$  berada pada rentang  $>0,75 - 0,99$ . Dengan nilai signifikansi 0,000 berarti terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung karena nilai signifikansinya  $\leq 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan bersifat positif serta signifikan antara daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang.

Objek wisata yang diinginkan oleh pengunjung adalah objek wisata yang sangat berpengaruh untuk meyakinkan pengunjung untuk berkunjung. Bila daya tarik wisata di suatu objek wisata bagus dan dapat memuaskan keinginan pengunjung, maka dapat ditafsirkan akan menaikan keputusan pengunjung begitupun sebaliknya, jika daya tarik wisata di suatu objek wisata tidak bagus dan tidak dapat memuaskan keinginan pengunjung, maka dapat dipastikan juga keputusan berkunjung dari pengunjung akan menurun.

Majunya industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung kepada jumlah pengunjung yang datang, karena itu harus ditunjang dengan peningkatan pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata (DTW), sehingga industri pariwisata dapat berkembang dengan baik. Seseorang melakukan perjalanan atau kunjungan wisata kesuatu daerah tujuan wisata sangat dipengaruhi oleh prilaku pembelian pengunjung yang bersangkutan. Sesuai dengan pendapat Kotler dan Amstrong (2012:157) yang mendefinisikan "*Consumer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumer-individuals and households that buy goods and services for personal consumption*". Artinya Perilaku pembelian konsumen mengacu pada perilaku pembelian dari konsumen final individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Lebih lanjut Loudon dan Della (dalam Buchari, 2008:236) mengatakan bahwa "*Visitor behavior may be defined as the decision process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring, using, or disposing of goods and services*". Artinya perilaku pengunjung adalah proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik individu-individu yang semuanya ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, menggunakan, atau mengabaikan barang-barang dan jasa-jasa. Perilaku pengunjung tersebut dapat berupa berkunjung untuk bersenang-senang, untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan

keterampilan tentang suatu hal, serta merujuk pada produk atau tempat yang ditawarkan.

Menurut ahli di atas, perilaku pengunjung juga merujuk pada produk yang ditawarkan. Kotler dan Armstrong (2012:248) mengatakan "*A product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need*". Artinya bahwa suatu produk atau barang diciptakan dan ditawarkan ke pasar untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar dan dari produk tersebut pasar atau konsumen mendapatkan kepuasan. Pada industri pariwisata, produk dapat berupa tempat atau objek wisata yang ditawarkan kepada pengunjung. Pengunjung akan berkunjung ke sebuah tempat atau objek wisata jika tempat atau objek wisata tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya serta mendapatkan kepuasan. Middleton (2001:122) mengatakan lebih dalam bahwa "*The tourist products to be considered as an amalgam of three main components of attraction, facilities at the destination and accessibility of the destination*". Dari pengertian ini dapat dilihat bahwa produk wisata secara umum terbentuk disebabkan oleh tiga komponen utama yaitu atraksi wisata, fasilitas di daerah tujuan wisata dan aksesibilitas. Hal ini erat kaitannya dengan daya tarik wisata.

#### **D. Simpulan dan Saran**

##### **1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara daya tarik wisata dengan keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang, dengan nilai koefisien korelasi 0,767 dan signifikansi 0,000, artinya semakin baik daya tarik wisata semakin tinggi keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang

## 2. Saran

Hal-hal yang dapat disarankan kepada beberapa pihak terkait dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Kepada Pengelola Pantai Pasir Jambak Padang

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti temukan, peneliti menyarankan kepada pengelola Pantai Pasir Jambak Padang dalam beberapa hal yang berkaitan dengan daya tarik wisata dan keputusan pengunjung. Beberapa diantaranya yaitu:

#### 1) *Attraction* (atraksi)

- a) Pihak pengelola sebaiknya memberdayakan sumber daya manusia yang ada seperti kesenian daerah yang biasa dilakukan di daerah setempat seperti randai, menari, bahkan bermain salung untuk dapat ditampilkan di Pantai Pasir Jambak.
- b) Membuat acara kalender tahunan/bulanan yang acaranya dilakukan di Pantai Pasir Jambak Padang.

#### 2) *Accessibility* (aksesibilitas)

- a) Pengelola sebaiknya dengan segera untuk memperbaiki akses menuju objek wisata Pantai Pasir Jambak Padang, seperti memperbaiki jembatan yang putus akibat diterjang banjir.
- b) Pengelola sebaiknya memberikan petunjuk jalan untuk pengunjung menuju objek wisata Pantai Pasir Jambak Padang.

#### 3) *Amenities* (amenitas atau fasilitas)

- a) Pengelola sebaiknya memberdayakan rumah tinggal masyarakat untuk dijadikan *home stay*.
- b) Pengelola hendaknya bekerjasama dengan masyarakat setempat untuk menyediakan rumah makan/ampera sehingga pengunjung tidak bingung lagi untuk mencari makan ketika berkunjung ke objek wisata Pantai Pasir Jambak Padang.

- c) Pengelola sebaiknya menyediakan fasilitas bermain untuk anak-anak, seperti arena bermain anak-anak, dan penyewaan alat bermain pasir untuk anak-anak.
  - d) Pengelola sebaiknya menyediakan penyewaan alat permainan untuk orang dewasa seperti bakiak, *volley ball*, tarik tambang, karung dan lain-lain.
- 4) *Ancillary Service* (jasa pendukung pariwisata)
- a) Pengelola sebaiknya memberdayakan sumber daya manusia dalam bentuk hasil kreatifitas seni/kerajinan tangan anak nagari untuk dapat dijual dan dijadikan oleh-oleh atau cinderamata bagi pengunjung.
  - b) Pengelola sebaiknya memberdayakan pemuuda setempat untuk dijadikan juru parkir/petugas parkir, sehingga dengan hal ini kendaraan pengunjung yang berkunjung ke objek wisata tidak sembraut lagi.
  - c) Pengelola sebaiknya dapat memperhatikan dan meningkatkan daya tarik wisata di Pantai Pasir Jambak Padang.

**b. Kepada Jurusan Pariwisata**

Disarankan agar penelitian ini menjadi bahan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, serta menjadi informasi yang memadai khususnya bagi dosen, mahasiswa dan menjadi bahan pembelajaran.

**c. Kepada Peneliti lainnya**

Disarankan kepada peneliti berikutnya untuk meneliti tentang strategi pengembangan daya tarik wisata di Pantai Pasir Jambak Padang, meneliti tentang hubungan *destination image* dengan keputusan pengunjung, atau motivasi wisatawan dengan keputusan pengunjung ke Pantai Pasir Jambak Padang.

**Catatan:** artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis dengan Pembimbing I Dr. Yuliana, SP, M.Si dan pembimbing II Pasaribu, S.ST.Par, M.Si.Par

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari H. 2003. *Pemasaran Strategik Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Buchari, Alma. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Maryani, E. 1991. *Pengantar Geografi Pariwisata*. Bandung: IKIP.
- Middleton, Victor T.C. 2001. *Marketing in Travel and Tourism 3<sup>rd</sup> Edition*. Bodmin: MPG Books Ltd.
- Pendit, I Nyoman S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Rindani, Liantika. 2016. *Kepuasan Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata Pantai Air Manis Padang*. Skripsi Sarjana, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.