

BAB I PENDAHULUAN

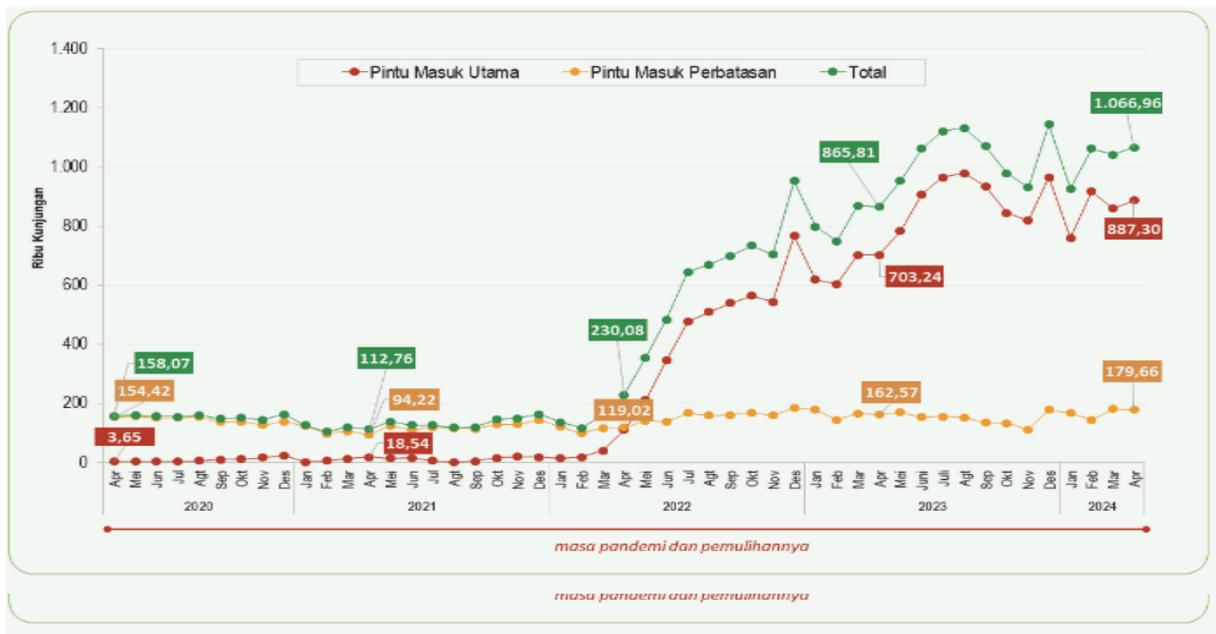
1.1 Latar Belakang

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan yang direncanakan dan dijalankan oleh perusahaan. Perencanaan membutuhkan strategi dan keahlian yang tepat untuk menentukan rencana tersebut. Peran manajemen pemasaran dalam sebuah perusahaan sangatlah penting, termasuk menyiapkan produk yang lebih inovatif, dengan memilih pangsa pasar yang diharapkan perusahaan, dan mempromosikan produk baru kepada pembeli yang potensial. Menurut Kotler dan Keller (2017) manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik. Menurut Tjiptono (2016:63), manajemen pemasaran secara keseluruhan yaitu cara perusahaan melakukan bisnis yang mempersiapkan, menentukan, dan mendistribusikan produk, jasa, dan gagasan yang dapat memenuhi kebutuhan pasarsasaran. Menurut Assauri (2018) manajemen pemasaran adalah rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Berdasarkan ketiga pernyataan yang telah dijelaskan beberapa para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan ilmu yang diterapkan pada suatu bisnis agar tetap hidup melalui proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program penciptaan konsep pemasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) bauran pemasaran merupakan metode pemasaran yang terus digunakan perusahaan untuk memenuhi misinya dipasar sasaran. Menurut Buchari Alma (2017) bauran pemasaran merupakan rencana yang digabungkan dengan kegiatan penjualan sedemikian rupa yang pada akhirnya diperlukan kombinasi yang maksimal untuk menghasilkan produk yang diharapkan konsumen meningkat. Dari beberapa penjelasan para ahli diatas, maka peneliti menyimpulkan bauran pemasaran yaitu konsep untuk mengembangkan strategi pemasaran dalam suatu perusahaan guna mendapatkan target penjualan sehingga pemasarannya memuaskan.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang mampu mendorong perekonomian Indonesia selain sektor industri dan sektor pertanian yang cenderung mengalami *stagnasi*. Pariwisata merupakan salah satu industri baru yang mampu memberikan pertumbuhan ekonomi pesat dalam hal produktivitas kerja, kepuasan hidup, dan menggerakkan sektor produksi lainnya di suatu wilayah dan negara penerima wisatawan. Sektor pariwisata diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan kehidupan lokal, nasional dan regional, maka dibutuhkan adanya regulasi untuk mengatur pengelolaan dan pengembangan pariwisata (Fadilla, 2024).

Perkembangan Indonesia dan pariwisatanya semakin terlihat jelas. Pengembangan pariwisata dapat dicapai dengan menguasai wisata tarik daya dan memanfaatkan potensi indah pemandangan alam atau wisata budaya yang masih cukup tinggi hingga saat ini. (Billabong, 2020). Untuk menjadi daya tarik bagi wisatawan yang datang ke lokasi tersebut, sebuah objek wisata harus memiliki keunikan yang telah disebutkan sebelumnya. Selain itu, pengalaman yang diberikan kepada wisatawan sebelum mereka pergi dan, jika mereka pergi ke objek wisata, akan memberikan kepuasan tersendiri bagi mereka.



Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman ke Indonesia April 2020 - April 2024

Sumber: Berita Resmi Statistik April 2020 – April 2024

Menurut Kamar (2024) dikutip dalam berita resmi statistik perkembangan jumlah kunjungan *wisman* ke Indonesia, April 2020 – April 2024 wisata mengalami kenaikan dibuktikan dengan data kunjungan wisatawan mancanegara Pada April 2024, Jumlah wisatawan mancanegara (*wisman*) di Indonesia telah mencapai 1,07 juta. Ini adalah penurunan sekitar 2,41 persen dibandingkan bulan Maret 2024 secara bulanan (*m-to-m*) dan 23,23 persen dibandingkan bulan yang sama tahun lalu (*y-on-y*). Secara ringkas, jumlah wisman dari Januari hingga April 2024 meningkat sebesar 24,85 persen dibandingkan waktu yang sama pada 2023. Peningkatan kunjungan ini sebagian besar terlihat di pintu bandara Ngurah Rai – Bali dan Soekarno Hatta – Banten, masing-masing meningkat sekitar 28,92 dan 38,31 poin. Misalnya, jumlah wisatawan nasional (*wisnas*) pada April 2024 mencapai 756,02 ribu perjalanan. Kenaikan tersebut sekitar 9,28 persen dibandingkan bulan Maret 2024 (*m-to-m*) dan 33,13 persen dibandingkan bulan yang sama tahun lalu (*y-on-y*).

Banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung tersebut menyebabkan perkembangan pariwisata begitu pesat. Seiring perkembangan zaman dan makin bertambahnya jumlah wisatawan, dunia pariwisata kini telah menjelma menjadi dunia industri yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku bisnis karena potensi wisata tersebut. Potensi – potensi wisata yang dipandang sebagai salah satu peluang dalam bisnis dapat mendatangkan profit bagi pengelolanya. Oleh karena itu tiap pelaku bisnis wisata saling bersaing untuk dapat menarik pengunjung dan dapat meningkatkan pendapatan. Dalam rangka peningkatan pendapatan tersebut, pelaku bisnis mengupayakan kepuasan dari para pengunjung terhadap destinasi wisata yang telah dikunjungi. Berdasarkan kepuasan pengunjung tersebut, di kemudian hari diharapkan pengunjung melakukan kunjungan kembali atau merekomendasikan ke orang-orang disekitarnya (Ananditya & Hidayat, 2017).

Suatu destinasi wisata dapat memiliki daya tarik tersendiri apabila memenuhi beberapa kriteria dalam hal amenities dan infrastruktur seperti toilet, tempat parkir, penerangan, tempat ibadah, toko cinderamata, transportasi umum, akses jalan, harga, dan lain sebagainya. Hal ini telah menciptakan tren bahwa pengunjung kini datang ke suatu kawasan atau zona wisata karena wisatawan yang datang biasanya memiliki tujuan yang sangat berbeda – beda. Sebagian besar wisatawan yang ingin pergi ke suatu tempat wisata, tujuannya adalah untuk menghabiskan waktu bersama keluarga, memperkaya pengalaman liburan, dan melepas lelah dari aktivitas (Fauziawati, 2021). Daya tarik wisata adalah salah satu faktor terpenting bagi wisatawan untuk dipertimbangkan sebelum memutuskan untuk mengunjungi objek wisata. Semakin menarik daya tarik wisata dengan berbagai keunikan dan keindahan objek wisata, maka keputusan berkunjung akan meningkat. Bagaimanapun, jika seorang pengunjung sudah mengunjungi lokasi tersebut, mereka akan memberi tahu orang lain melalui mulut ke mulut (Daulay, 2022). Peningkatan kepuasan dapat diupayakan oleh pelaku bisnis melalui promosi, aksesibilitas, fasilitas dan harga yang diberikan kepada pengunjung. Daya tarik destinasi wisata yang lebih tinggi menyebabkan kepuasan semakin besar sehingga perusahaan harus memprioritaskan beberapa hal tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2012), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Semakin baik suatu objek wisata, maka akan semakin puas juga pengunjungnya dan akan lebih banyak orang mengenalnya. Kepuasan pengunjung dapat dicapai dengan memberikan umpan balik positif mengenai pengalaman sebelumnya. Kepuasan pengunjung dapat dicapai dengan mempertimbangkan faktor aksesibilitas, fasilitas, dan harga yang baik, hal tersebut akan memiliki potensi lebih besar untuk menciptakan wisatawan yang puas dan meningkatkan kedatangan pengunjung. Wisatawan yang merasa puas setelah mengunjungi tempat wisata diharapkan mereka akan mengunjungi destinasi wisata untuk kunjungan selanjutnya (Rahma & Askriyandoko, 2019).

Menurut Sumarwan dalam (Herwanto, 2024) promosi adalah bagaimana produsen menyampaikan mengenai produk-produknya, sehingga konsumen mengenal produk dan dapat diyakinkan bahwa produk tersebut dibutuhkan konsumen dan dapat memberikan manfaat untuk dapat memecahkan masalah yang dihadapi konsumen. Dan Menurut Kotler dan Armstrong (2019) “promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi merupakan salah satu faktor penentu mengenai keberhasilan program pemasaran. Jika konsumen belum pernah mendengar atau mengetahui produk yang ditawarkan perusahaan dan juga manfaat yang akan diterima oleh konsumen, maka konsumen tidak akan pernah membeli produk yang ditawarkan”.

Aksesibilitas pariwisata menurut Sunaryo dalam Wilopo (2017), adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada pengunjung untuk menjangkau atau mencapai lokasi pariwisata. Aksesibilitas dapat didefinisikan sebagai faktor yang menunjukkan kemudahan yang dimiliki wisatawan dalam mencapai tujuan mereka, baik dengan cepat maupun lambat, serta ketersediaan transportasi umum. Faktor-faktor yang membuat suatu lokasi lebih mudah diakses oleh wisatawan termasuk keberadaan media sebagai panduan rute perjalanan untuk menuju lokasi dan untuk berkeliling di area tersebut, serta jalan yang memadai dan terawat baik untuk menuju lokasi tersebut. Sebuah tempat menjadi lebih populer untuk dikunjungi karena

infrastruktur jalannya, lokasinya yang dekat dengan jalan raya, dan kemudahan transportasi ke objek wisata (Bayu Permadi et al., 2024). Sehingga hal itu dapat memberikan kepuasan teradap pengunjung. Penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dikemukakan oleh Natalia, Karin, & Mahadewi (2020). Syafril, Handayati, & Rosyad (2022), Jonathan & Istriani (2023), Tamara & Herwanto (2024) dan para peneliti lainnya membuktikan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Fasilitas adalah segala sesuatu yang memenuhi kebutuhan pengunjung yang selalu hadir di area wisata sehingga mereka dapat bersantai, melepas penat, dan melaksanakan tugas mereka (May, 2024). Ketika lokasi wisata memiliki fasilitas yang mudah diakses, maka banyak pengunjung yang antusias untuk mengunjungi area tersebut. Fasilitas merupakan prasyarat yang diperlukan yang harus ada sebelum layanan apa pun ditawarkan kepada pengguna. Fasilitas menjadi aspek yang sangat penting dalam industri jasa. Oleh karena itu, fasilitas yang sekarang tersedia, termasuk kondisinya, desain interior dan *eksteriornya*, serta kebersihannya, harus dipertimbangkan dengan cermat, terutama yang berkaitan erat dengan pengalaman pengguna. Dikarenakan sangat penting untuk memiliki fasilitas untuk bepergian ke lokasi wisata tertentu. Penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dikemukakan oleh Syafril, Handayati, & Rosyad (2022). Pakpahan & Manurung (2024), Tamara & Herwanto (2024), Sa'adah, Prawoto, Meftahudin, & Trihudyatmanto (2023) dan para peneliti lainnya membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap peningkatan daya tarik wisatawan untuk melakukan kunjungan adalah harga yang ditetapkan. Harga adalah harga wajib yang harus dibayar oleh setiap individu ketika membeli sesuatu yang memiliki nilai (Pada et al., n.d.). Harga tiket memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Persepsi pengunjung terhadap nilai yang diterima akan sangat dipengaruhi oleh harga tiket yang mereka bayar. Jika harga lebih rendah daripada kualitas dan nilai yang diperoleh, kepuasan pengguna akan lebih tinggi. Penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dikemukakan oleh Fauza & Khalid (2024). Syafril, Handayati, & Rosyad (2022), Rizdiyanti, Sucipto, & Aisyah (2022), Pakpahan & Manurung (2024) dan para peneliti lainnya membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Kabupaten Banyuwangi menjadi salah satu bagian dari kabupaten yang turut berpartisipasi dalam rangka mempercepat pertumbuhan ekonomi lokal melalui industri pariwisata. Kabupaten Banyuwangi memiliki daya tarik di sektor pariwisata yang sangat beragam. Terdapat pemandangan alam seperti pantai, gunung, hutan, taman nasional, budaya, dan lainnya. Berdasarkan keragaman aset pariwisata yang lebih dominan pada di kabupaten Banyuwangi yakni wisata alam, maka pembangunan pariwisata yang diutamakan adalah *eco-tourism*, dengan kata lain pengembangan sektor pariwisata berwawasan lingkungan dan budaya.

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Banyuwangi Tahun 2019 – 2023

| No. | Tahun | Domestik | Mancanegara | Total Kunjungan |
|-----|-------|-----------|-------------|-----------------|
| 1. | 2019 | 5.307.054 | 101.622 | 5.408.676 |
| 2. | 2020 | 3.019.875 | 27.224 | 3.047.109 |
| 3. | 2021 | 1.862.553 | 3.854 | 1.866.407 |
| 4. | 2022 | 2.948.543 | 30.232 | 2.978.775 |
| 5. | 2023 | 3.112.443 | 69.639 | 3.182.082 |

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi Tahun 2019 – 2023

Berdasarkan tabel 1.1 secara umum jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Banyuwangi terus meningkat dari tahun ke tahun. Ini menunjukkan bahwa daya tarik Banyuwangi sebagai destinasi wisata semakin dikenal di kancah internasional. Tahun 2023 sebagai puncak, tahun 2023 mencatat rekor tertinggi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dibandingkan tahun – tahun sebelumnya. Hal ini mengindikasikan bahwa upaya promosi dan pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan pihak terkait telah membuahkan hasil yang sangat baik.

Banyuwangi dikenal sebagai daerah dengan sejumlah objek wisata yang menunjukkan keberadaan pantai, salah satunya adalah wisata Pantai Gumuk Kantong. Pantai Gumuk Kantong terletak di paling timur Pulau Jawa. Lokasi pantai Gumuk Kantong berada di Desa Sumbersewu, Kec. Muncar, Kab. Banyuwangi, Prov. Jawa Timur. Pantai Gumuk Kantong sendiri adalah salah satu lokasi pariwisata yang menjadi tujuan wisatawan yang berkunjung ke daerah Muncar. Wisata yang dahulu nya banyak semak belukar dibibir pantainya, tidak terawat, serta terdapat sampah dipinggir pantai tetapi sekarang telah menjadi wisata populer di Banyuwangi. Pantai gumuk kantong yang letaknya berbatasan langsung dengan selat Bali dengan di sungguh kannya pemandangan yang indah terlihatnya sembulungan yang membuat kesan sangat indah pada pantai gumuk kantong.

Di tahun 2021 wisata Pantai Gumuk Kantong mulai bertransformasi dengan dikelola oleh masyarakat sekitar yang sadar akan pentingnya sektor pariwisata dan membentuk kelompok pengelola wisata Pantai Gumuk Kantong. Wisata Pantai Gumuk Kantong sedang menjadi destinasi populer bagi wisatawan dan penduduk lokal selalu ramai dikunjungi. Sudah banyak fasilitas umum yang sudah dibenahi dan dirawat, mulai dari kamar mandi, tempat bilas dan ganti, tempat ibadah dan tempat duduk bersantai. Didukung dengan warga sekitar yang banyak membuka lapak warung kuliner, seperti ikan bakar, lalapan, rujak, dan aneka minuman menjadi nilai tambah pengujung untuk datang dan berkuliner dipinggir pantai.

Tabel 1. 2 Data Pengunjung Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi 2021 – 2024

| No. | Tahun | Jumlah Pengunjung |
|-----|-------|-------------------|
| 1. | 2021 | 9.000 |
| 2. | 2022 | 19.820 |
| 3. | 2023 | 45.065 |
| 4. | 2024 | 63.380 |

Sumber: Pengelola Pantai Gumuk Kantong Tahun 2021 – 2024

Menurut tabel 1.2 Pantai Gumuk Kantong menunjukkan perkembangan yang luar biasa sebagai destinasi wisata dengan pertumbuhan jumlah pengujung yang signifikan dari tahun ke

tahun. Tahun 2024 sebagai puncak pengunjung terbanyak dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Potensi ini harus dimanfaatkan secara optimal dengan perencanaan yang matang untuk mendukung keberlanjutan pariwisata, perekonomian lokal, dan pelestarian lingkungan.

Dengan perkembangan yang luar biasa sebagai destinasi Pantai Gumuk Kantong dari segi promosi yang dilakukan masih terbatas sehingga belum banyak orang yang mengetahui tentang keindahan pantai ini. Dari segi aksesibilitas, hasil menunjukkan bahwa infrastruktur jalan sudah memadai tetapi transportasi umum masih kurang tersedia, namun masih ada harapan untuk meningkatkan aksesibilitas lebih lanjut dengan memperbaiki infrastruktur dan menyediakan lebih banyak pilihan transportasi. Dalam hal fasilitas, meskipun fasilitas yang ada cukup lengkap dan dalam kondisi baik, harapan untuk penambahan fasilitas yang lebih beragam dan peningkatan kualitas fasilitas yang ada masih perlu dipenuhi. Dari sisi harga, harga tiket masuk dan fasilitas yang ditawarkan sudah terjangkau dan bersaing dengan destinasi lain, tetapi perlu ada penyesuaian harga yang sesuai dengan peningkatan kualitas dan nilai yang diterima pengunjung. Harapan untuk memberikan pengalaman yang lebih baik dan layanan yang lebih responsif menunjukkan adanya *gap* yang perlu diatasi. Secara keseluruhan, meskipun Pantai Gumuk Kantong telah mencapai positif, masih terdapat ruang untuk perbaikan dalam promosi aksesibilitas, fasilitas, harga, dan kepuasan pengunjung, yang jika ditangani dengan baik, akan berkontribusi pada peningkatan pengalaman wisatawan dan keberlanjutan pariwisata di daerah tersebut.

Dalam penelitian sebelumnya, banyak studi yang menyoroiti pengaruh signifikan antara variabel X yaitu promosi, aksesibilitas, fasilitas dan harga dan variabel Y yaitu kepuasan pengunjung. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh (Togatorop & Dewantara, 2024) menunjukkan bahwa Fasilitas dan Aksesibilitas secara signifikan memengaruhi Kepuasan Pengunjung dalam konteks Pariwisata. Jurnal ini menunjukkan bahwa meskipun fasilitas dan aksesibilitas memiliki pengaruh signifikan, masih ada 28,7% kepuasan pengunjung yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Ini membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut yang dapat mengeksplorasi faktor – faktor lain yang berkontribusi terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian (Yulianti & Anwar, 2024) menunjukkan bahwa daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas secara signifikan memengaruhi keputusan berkunjung. Meskipun penelitian ini meneliti pengaruh daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas, masih ada kemungkinan untuk mengeksplorasi variabel lain yang mungkin mempengaruhi keputusan berkunjung, seperti faktor sosial, budaya, atau ekonomi yang dapat memberikan wawasan lebih dalam tentang perilaku wisatawan. Penelitian (Sari, 2022) menunjukkan bahwa amenities dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Jurnal ini hanya fokus pada dua variabel, yaitu amenities dan aksesibilitas, dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan. Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi variabel lain yang mungkin juga berpengaruh, seperti kualitas layanan, harga tiket, atau pengalaman keseluruhan pengunjung. Jurnal ini tidak membahas dampak jangka panjang dari amenities dan aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan dari hasil observasi, wawancara, dan survei pendahuluan yang di lakukan oleh peneliti dengan mendatangi pantai gumuk kantong di peroleh informasi ada beberapa fenomena dan permasalahan yang menurut peneliti perlu di teliti lebih lanjut, seperti promosi.pantai gumuk kantong masih belum memberikan promosi yang menarik contohnya

pantai gumuk kantong memiliki media sosial tapi masih belum menggunakannya dengan maksimal, sehingga dalam hal promosi pantai gumuk kantong masih tertinggal dari pantai pantai atau destinasi wisata yang ada di Banyuwangi. Dengan itu pantai gumuk kantong masih belum begitu dikenali dengan wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Sedangkan dalam hal ini promosi merupakan hal yang sangat penting dari proses pemasaran destinasi wisata. Karena dengan meningkatnya minat masyarakat untuk berwisata, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung, sehingga pengelola dapat meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang ditawarkan. Selain melakukan promosi, aksesibilitas yang baik, fasilitas yang memadai, dan harga yang kompetitif merupakan elemen kunci yang dapat meningkatkan pengalaman pengunjung. Dengan menganalisis pengaruh keempat variabel ini, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan tentang bagaimana masing-masing faktor berkontribusi terhadap kepuasan pengunjung, tetapi juga mengisi kekosongan dalam literatur yang ada, terutama terkait dengan pengaruh fasilitas yang sering kali dianggap penting namun tidak selalu berkontribusi secara signifikan. Hasil penelitian dapat digunakan untuk merumuskan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan aksesibilitas, memperbaiki fasilitas, dan menyesuaikan harga agar sesuai dengan harapan pengunjung.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, penulis harus menganalisis dan meneliti faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi?
2. Apakah aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi?
3. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi?
4. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Pantai Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan diatas, adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh fasilitas yang disediakan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung Pantai Gumuk Kantong, Muncar, Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, baik dari segi teoritis maupun praktis. Maka manfaat penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada kemajuan pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pariwisata dan pemasaran destinasi wisata. Diharapkan temuan studi ini dapat meningkatkan kesadaran terhadap literatur yang berkaitan dengan dampak aksesibilitas, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti masa depan yang tertarik untuk meneliti aspek kepuasan pengunjung di sebuah destinasi wisata.

2. Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pengelola Pantai Gumuk Kantong mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengalaman dan kepuasan pengunjung. Dengan demikian, pengelola dapat mengembangkan strategi dan kebijakan yang lebih efektif dalam meningkatkan aksesibilitas, fasilitas, dan penyesuaian harga yang memenuhi kebutuhan para wisatawan. Diharapkan penelitian ini dapat membantu Pemerintah Kabupaten Banyuwangi mengembangkan sektor pariwisata di daerah tersebut, khususnya dalam meningkatkan standar objek wisata Pantai Gumuk Kantong. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pemerintah daerah sebagai panduan untuk mengembangkan kebijakan yang lebih efektif dalam mendukung dan mempromosikan perjalanan ke destinasi wisata.

