

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI JUMLAH
KUNJUNGAN WISATAWAN KE PANTAI KUTA MANDALIKA,
KABUPATEN LOMBOK TENGAH**



TESIS

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Dalam Ilmu Ekonomi Syariah**

Oleh
AGUS SALIHIN
18208010017

Pembimbing
Dr. Abdul Haris, M.Ag
NIP. 197104231999031001

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2020**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI JUMLAH
KUNJUNGAN WISATAWAN KE PANTAI KUTA MANDALIKA,
KABUPATEN LOMBOK TENGAH**



TESIS

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Dalam Ilmu Ekonomi Syariah**

Oleh
AGUS SALIHIN
18208010017

Pembimbing
Dr. Abdul Haris, M.Ag
NIP. 197104231999031001

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2020**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-542/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2020

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE PANTAI KUTA MANDALIKA, KABUPATEN LOMBOK TENGAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AGUS SALIHIN
Nomor Induk Mahasiswa : 18208010017
Telah diujikan pada : Jumat, 24 Juli 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Abdul Haris, M. Ag.
SIGNED

Valid ID: 5f275ef0e8c71



Penguji I

Dr. Sunaryati, SE., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 5f36d1510b443



Penguji II

Dr. Ibi Satibi, S.H.I., M.Si
SIGNED

Valid ID: 5f200ad675d18



Yogyakarta, 24 Juli 2020
UIN Sunan Kalijaga
Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 5f3734fa42e97

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudara Agus Salihin

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di- Yogyakarta.

Assalamu 'alaikum Wr, Wb

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Tesis saudara

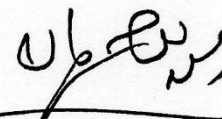
Nama : Agus Salihin
NIM : 18208010017
Judul Tesis : Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah.

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Magister Ekonomi Syari'ah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Dengan ini kami harapkan agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaiku, Wr, Wb

Yogyakarta, 14 Juli 2020
Pembimbing



Dr, Abdul Haris, M.Ag
NIP. 197104231999031001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agus Salihin

NIM : 18208010017

Jurusan/Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tesis yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulisan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah ditunjuk dan disebut dalam *bodynote* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi

Yogyakarta, 14 Juli 2020

Penyusun



Agus Salihin
18208010017

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agus Salihin
NIM : 18208010017
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencita dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada Tanggal: 14 Juli 2020



(Agus Salihin)

NIM.18208010017

HALAMAN MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ ۚ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ ﴿١٥٣﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Q.S. Al-Baqarah (2): 153)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHASAN

“Tesis ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya
dan keluarga tercinta,

Serta Almamater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
yang telah memberikan kontribusi pendidikan kepada penulis,
Serta teman-teman seperjuangan pendidikan Magister Ekonomi Syariah
Angkatan 2018 dan juga teman-teman yang tergabung dalam
wadah Organisasi IKMP UIN SUKA dan Kapas Tastura Lombok Tengah.”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf arab-latin yang dipakai dalam penyusunan Tesis ini berpedoman pada surat keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor. 158/1987 dan 0543b/u/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	bā'	b	be
ت	tā'	t	te
ث	ṣā'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jīm	j	je
ح	ḥā'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	khā'	kh	ka dan ha
د	dāl	d	de
ذ	ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	rā'	r	er

ز	zai	z	zet
س	sīn	s	es
ش	syīn	sy	es dan ye
ك	ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
د	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fā'	f	ef
ق	qāf	q	qi
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	el
م	mīm	m	em
ن	nūn	n	en
و	wāw	w	w
هـ	hā'	h	ha
ء	hamzah	ء	apostrof
ي	yā'	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūtah*

Semua *tā' marbūtah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
عنة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

ـَ	Fathah	Ditulis	A
ـِ	Kasrah	ditulis	i
ـُ	Ḍammah	ditulis	u

فَعَلَ	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>zūkira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif جاهلية	Ditulis ditulis	\bar{A} <i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati تَنَسَى	ditulis ditulis	\bar{a} <i>tansā</i>
3. Kasrah + ya' mati كَرِيم	ditulis ditulis	\bar{i} <i>karīm</i>
4. Dammah + wawu mati فُرُود	ditulis ditulis	\bar{u} <i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati بَيْنَكُمْ	Ditulis ditulis	<i>Ai</i> <i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati قَوْل	ditulis ditulis	<i>au</i> <i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعْدَاتُ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْشُكْرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur’ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-samā’</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisanny

ذوالفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
أهل السنّة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

J. Pengecualian

System transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur’an, Hadis, Mazhab, Syariat, Lafaz.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku al-Hijab.

3. Namun pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Alhamduillah, puji syukur kehadiran Allah yang memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah”. dan Sholawat serta salam atas baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyelesaian Tesis ini tidak terlepas dari bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tesis ini, pihak-pihak tersebut diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag, M.A, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, S.Ag, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus dosen penasehat Akademik penulis.
3. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Abdul Haris, M.Ag, selaku dosen pembimbing dalam penulisan Tesis yang telah banyak memberi masukan dan saran sehingga Tesis ini dapat diselesaikan.
5. Seluruh Dosen yang mengajar penulis selama belajar di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

6. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Kedua orang tua tercinta penulis, Bapak Iman dan Ibu Amini serta seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan yang terbaik bagi penulis
8. Teman-teman Magister Ekonomi Syariah Angkatan 2018 yang telah banyak memberikan pengalaman.
9. Teman-teman Organisasi Ikatan Keluarga Pasca Sarjana (IKMP) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Organisasi Keluarga Pasca Sarjana Tatas Tuha Trasnna Yogyakarta.
10. Seluruh pihak yang telah berjasa, hingga terselesainya Tesis ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Yogyakarta, 14 Juli 2020
Penulis



Agus Salihin
NIM: 18208010017

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	iv
SURAT PERNYATAAN KESELESAIAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
HALAMAN MOTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
ABSTRAK.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
E. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	19
A. Landasan Teori.....	20
1. Grand Teori.....	20
2. Pariwisata.....	24
3. Obyek Wisata.....	26
4. Wisatawan, Pengunjung dan Karakteristik, dan Jumlah Wisatawan...27	
5. Faktor yang Memengaruhi Kunjungan Wisatawan	30
6. Pariwisata Dalam Perspektif Islam	39
B. Telaah Pustaka	42
C. Pengembangan Hipotesis	50
D. Kerangka Berfikir	56
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Jenis Penelitian.....	58
B. Populasi dan Sampel Penelitian	59

C. Definisi Operasional Variabel.....	62
1. Variabel Dependen.....	62
2. Variabel Independen	62
D. Instrumen Penelitian	65
E. Teknik Analisis Data.....	65
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reliabilitas	66
3. Uji Asumsi Klasik.....	66
4. Analisis Regresi Linier Berganda	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
A. Deskripsi Data Responden	71
B. Hasil Uji Coba Instrumen	74
1. Hasil Uji Validitas.....	74
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	75
C. Uji Asumsi Klasik.....	76
1. Uji Normalitas.....	76
2. Uji Multikolinieritas.....	77
3. Uji Heteroskedastisitas.....	78
D. Analisis Regresi Linier Berganda	80
1. Uji F Statistik	80
2. Koefisien Determinasi (R ²)	81
3. Uji t Statistik	82
E. Pembahasan Hasil Penelitian	84
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Implikasi	93
C. Keterbatasan Penelitian.....	94
D. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1V.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 1V.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Umur	73
Tabel 1V.3 Hasil Uji Validitas Instrumen	74
Tabel 1V.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	76
Tabel 1V.5 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 1V.6 Hasil Uji Multikolinieritas	77
Tabel 1V.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Statistik	79
Tabel 1V.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Histogram	79
Tabel 1V.9 Hasil Uji F Statistik.....	80
Tabel 1V.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	81
Tabel 1V.2.1 Hasil Uji t Statistik.....	82



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Prov NTB	2
Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kab. Loteng.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	57



ABSTRAK

Pantai kuta mandalika dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki potensi kepariwisataan yang sangat bagus. Meskipun demikian, jumlah kunjungan wisatawan masih tergolong rendah dibandingkan dengan objek wisata lainnya. Maka, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Kuta Mandalika di Kabupaten Lombok Tengah. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Data penelitian menggunakan jenis data primer. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 130 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner/angket yang disebar kepada 130 responden. Uji validitas dan reliabilitas digunakan sebagai uji kelayakan instrument dan Uji prasyarat terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 16. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel pelayanan dan sarana-prasarana berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Sedangkan variabel sosial media tidak berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Selanjutnya, jika ketiga variabel tersebut diuji secara simultan, maka variabel pelayanan, sarana-prasarana dan sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Untuk uji koefisien determinasi (*r Square*) terhadap variabel pelayanan, sarana-prasarana dan sosial media dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan sebesar 39,8,2%, sedangkan sisanya, yakni 61,2% ternyata dipengaruhi oleh variabel lain yang berasal dari luar penelitian.

Kata Kunci: Pelayanan, Sarana dan Prasarana, Sosial Media, Kunjungan Wisatawan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Kuta Mandalika beach was chosen as the object of research because it has a very good tourism potential. Even so, the number of tourist visits is still relatively low compared to other attractions. Then, This study aims to determine the factors that influence an increase in tourist visits to Kuta Mandalika Beach in Central Lombok Regency. This research is a quantitative research. Research data using primary data types. The number of samples in this study were 130 respondents. Data collection techniques using a questionnaire / questionnaire distributed to 130 respondents. The validity and reliability test is used as an instrument feasibility test and the prerequisite test consists of normality, multicollinearity and heteroscedasticity. Data analysis using multiple linear regression analysis techniques with the help of SPSS 16 software. The results of the study showed that partially service and infrastructure variables affect positive and significant the increase in tourist visits. While social media variables do not affect positive the increase in tourist visits. Furthermore, if the three variables are tested simultaneously, then the service, infrastructure and social media variables affect the increase in tourist visits. For the coefficient of determination (r Square) test of service, infrastructure and social media variables can affect the increase in tourist visits by 39.8%, while the rest, ie 61.2%, was apparently influenced by other variables originating from outside the study.

Keywords: *Services, Infrastructure, Social Media, Tourist Visits*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan alam yang begitu indah. Keindahan tersebut terbukti dari luas maritime Indonesia dan hutan yang masih terjaga. Sumber daya alam ini dapat diolah dan didaya gunakan serta dapat memberi benefit untuk Indonesia misalnya dalam segi ekonomi yakni pendapatan devisa negara (Yoeti), 2008:39). Pendapatan devisa yang cukup tinggi diperoleh dari segi pariwisata yang mana pada tahun 2016 pariwisata menyumbang sebesar 171 triliun.¹

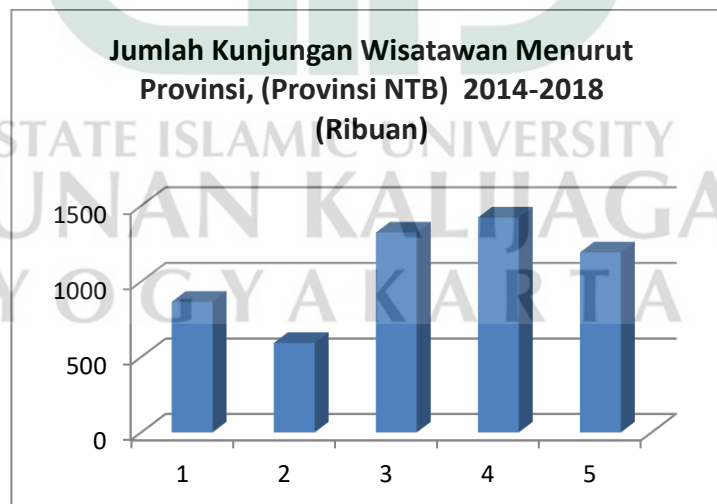
Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara atau daerah akan menarik sektor lain, karena produk-produknya digunakan untuk menunjang industri kepariwisataan. Daerah yang memiliki kepariwisataan tentunya akan membantu percepatan pembangunannya karena pendapatannya akan ditopang dari sektor pariwisata dengan cara mendatangkan wisatawan yang berkunjung baik wisatawan lokal maupun nasional. Pendapatan ini harus dikelola sedemikian rupa oleh pemerintah daerah dan disalurkan lagi kepada masyarakat berupa fasilitas fisik seperti jalan, jembatan dan bangunan lainnya (Fandi Abdillah, 2014).

¹ <https://www.kemenkeu.go.id/media/14512/laporan-tahunan-kementerian-keuangan-2018.pdf>, diakses pada tanggal 15 Januari 2020 pukul 16:15.

Kemajuan sektor pariwisata di Provinsi NTB dapat dilihat dari angka kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara yang meningkat dari tahun ketahun. Dari tahun 2016 jumlah wisatawan mencapai 3,1 juta pengunjung. Kemudian pada tahun 2017 sebesar 3,8 juta pengunjung dan pada tahun 2018 kunjungan mencapai 4 juta wisatawan.² Selain itu Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah daerah yang pertama kali menerima sertifikat pariwisata halal pada tahun 2015. Hal ini menjadi perhatian penting bagi pemerintah daerah mengenai bagaimana mengelola sektor pariwisata dengan baik hingga dapat memicu kedatangan wisatawan baik wisatawan dalam negeri maupun luar negeri.

Adapun data kunjungan wisatawan Provinsi Nusa Tenggara Barat dari tahun 2014-2018 dapat di lihat pada gambar grafik 1.1 dibawah ini.

Gambar Grafik 1.1
Jumlah kunjungan wisatawan di Provinsi Nusa Tenggara Barat
Tahun 2014-2018



Sumber: BPS, data diolah

² <https://ntb.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>, diakses pada tanggal 15 Januari 2020 pukul, 17:00.

Dari gambar grafik 1.1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan Provinsi NTB memiliki jumlah kunjungan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun meskipun pada tahun 2018 jumlah kunjungan wisatawan NTB sempat menurun. Suntono, selaku kepala Badan Pusat Statistik Provinsi NTB, mengatakan bahwa pada bulan Agustus 2018 gempa bumi terjadi di Provinsi NTB yang menyebabkan sektor pariwisata menurun terutama pada jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan lokal maupun nasional. Berdasarkan data historis *year on year* kunjungan wisatawan ke NTB menunjukkan penurunan sebesar 70,07%.³

Dari jumlah data kunjungan wisatawan di NTB tersebut, adalah tidak jauh berbeda dari jumlah kunjungan wisatawan di daerah-daerah yang memiliki potensi wisata yang bagus. Namun demikian, secara keseluruhan kunjungan wisatawan di NTB masih tetap lebih rendah dibandingkan dengan daerah-daerah yang memiliki potensi wisata yang bagus seperti yang terjadi di Jawa Tengah dan Bali atau di tempat lain. Sebagai perbandingan adalah: *Pertama*, Provinsi Aceh, yang mana pada tahun 2017 total kunjungan mencapai 2,3 juta wisatawan. Kemudian pada tahun 2018 total kunjungan wisatawan meningkat hingga mencapai total 2,5 juta orang;⁴ *Kedua*, Provinsi Yogyakarta, yang juga memiliki beragam wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan. Berdasarkan data historis

³ <https://ntb.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>, diakses pada tanggal 15 Januari 2020 pukul, 17:25.

⁴ <https://aceh.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>, diakses pada tanggal 16 Januari 2020 pukul 17:57

menunjukkan bahwa pada tahun 2017 mencapai total kunjungan 3,8 juta orang. Kemudian pada tahun 2018 meningkat hingga mencapai 4,1 juta orang;⁵ *Ketiga*, Provinsi Jawa Tengah, yang juga termasuk wilayah yang kaya akan wisatanya diantaranya Candi Borobudur dan Candi Perambanan sebagai salah satu wisata yang terkenal di berbagai dunia. Berdasarkan data BPS jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2017 tercatat sebanyak 40.118.470 orang, dan tahun 2018 meningkat menjadi 49.762.787 orang;⁶ *Keempat*, Provinsi Bali, yang juga tidak kalah saing dalam sektor kepariwisataan. Provinsi Bali terkenal dengan sektor pariwisata yang begitu bagus sehingga para wisatawan kebanyakan memilih Provinsi Bali sebagai tempat berlibur/berwisata. Berdasarkan data BPS jumlah kunjungan wisatawan di Bali menunjukkan bahwa tahun 2018 total kunjungan mencapai 6.070.473.⁷

Meskipun data kunjungan wisatawan NTB masih rendah dibandingkan dengan Bali dan Jawa tengah, NTB tetap memiliki potensi pariwisata yang jauh lebih menarik dibandingkan dengan kedua Provinsi tersebut. Salah satunya adalah pariwisata halal. Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai salah satu Provinsi di Indonesia yang sering kali mendapat penghargaan anugerah sebagai pariwisata halal tingkat dunia atau Word Halal Tourism Award (WHAT) yaitu pada tahun

⁵ <https://jogjakota.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>, diakses pada tanggal 16 Januari 2020 pukul 20:21

⁶ <https://jateng.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>, diakses pada tanggal 16 Januari 2020 pukul 21:00

⁷ <https://bali.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>, diakses pada tanggal 16 Januari 2020 pukul 21:36

2015 mendapatkan penghargaan dalam kategori halal terbaik di dunia dan destinasi bulan madu halal terbaik dunia. Kemudian pada tahun 2016 kembali mendapatkan penghargaan anugrah wisata dalam kategori destinasi bulan madu terbaik dunia, website travel halal terbaik dan Novotel Lombok resort dan villas dengan pantai resort halal terbaik. Selain dari tingkat dunia, Provinsi Nusa Tenggara Barat juga mendapatkan penghargaan anugrah wisata di tingkat nasional diantaranya (1) kuliner halal khas daerah, (2) resort rumah wisatawan muslim, (3) website travel rumah wisatawan. Selanjutnya tahun 2018, NTB terpilih sebagai tujuan wisata halal terfavorit dalam *Anugrah Syariah Republika* (Asmunianto, 2019)

Dari sejumlah prestasi ini, Pulau Lombok yang terdiri dari lima kabupaten diklaim sebagai salah satu kontributor terbesar dalam perolehan prestasi pariwisata di NTB, di mana salah satunya adalah Kabupaten Lombok Tengah yang akan dijadikan lokus dari penelitian oleh peneliti saat ini.

Secara umum, Kabupaten Lombok Tengah merupakan salah satu daerah yang menarik perhatian bagi wisatawan. Hal ini dikarenakan Kabupaten Lombok Tengah memiliki beragam wisata diantaranya adalah wisata budaya, wisata air terjun, dan wisata pantai.

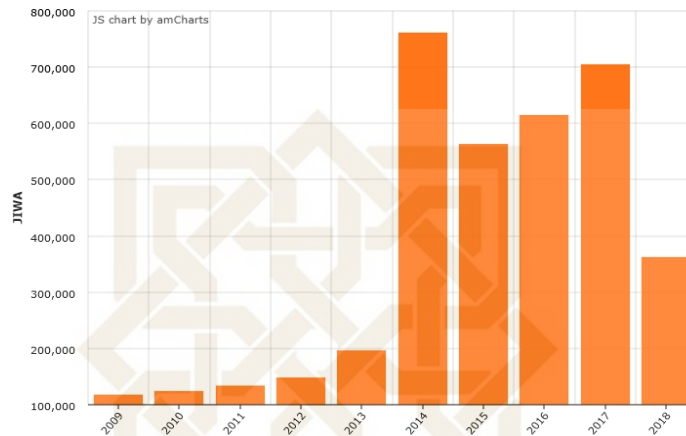
Wisata budaya dapat diartikan sebagai wisata yang memiliki daya Tarik budaya yang dapat dikunjungi seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan untuk rekreasi budaya dan pengembangan bakat pribadi. Adapun wisata budaya

yang dimiliki Kabupaten Lombok Tengah adalah wisata budaya Desa Sade yang meliputi budaya suku sasak yang masih kental dengan adat istiadat seperti cara berpakaian, bangunan rumah adat kuno dan masih menggunakan bahan-bahan tradisional; kemudian wisata Desa Terara yang meliputi budaya kain sasak; dan wisata budaya tradisi sasak seperti *nyongkolan*, *presean* dan *gendang beleq*

Selain wisata budaya, Kabupaten Lombok Tengah juga memiliki wisata air terjun yang begitu indah. Setidaknya ada dua tempat wisata air terjun yang sering dikunjungi oleh wisatawan, yaitu air terjun Benang Stokel, dan air terjun Benang Kelambu. Sedangkan, untuk wisata Pantai di Kabupaten Lombok Tengah terbentang begitu luas dan indah dengan dikelilingi pasir pantai yang bersih. Adapun destinasi wisata pantai yang ada di Kabupaten Lombok Tengah adalah terdiri dari Pantai Kuta Mandalika, Pantai Selong, Pantai An, Pantai Mawun, Pantai Batu Payung, dan Pantai Sager.

Berdasarkan data statistik mengenai jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara yang datang ke Kabupaten Lombok Tengah dari tahun 2009-2018 dapat dilihat pada gambar grafik 1.2 di bawah ini.

Gambar Grafik I.2
Jumlah Kunjungan Wisman Dan Wisnus
Kabupaten Lombok Tengah Tahun 2009-2018



Sumber: <https://satudata.lomboktengahkab.go.id/>

Berdasarkan gambar grafik 1.2 diatas dapat dijelaskan bahwa dari tahun 2009 sampai 2018 tingkat kunjungan wisatawan yang datang ke Lombok tengah sangat bervariasi. Mulai dari tahun 2015-2017 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Kemudian pada tahun 2018 mengalami penurunan yang cukup besar sehingga mencapai jumlah kunjungan sebesar 361,179.

Dari sekian destinasi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Lombok Tengah, salah satu yang menjadi sorotan publik dan memiliki jumlah kunjungan wisatawan yang paling tinggi adalah destinasi wisata Pantai Kuta Mandalika. Pantai Kuta Mandalika merupakan salah satu destinasi wisata yang memperoleh predikat *World Best Halal Destination*, selain Pantai Gili Trawangan, Gili Meno, dan Gili Air yang ada di Kabupaten Lombok Utara, atau Makam Loang Baloq di

kota Mataram pada ajang *World Halal Award* tahun 2015 di Abu Dhabi (Asminianto, 2019).

Sebagaimana diketahui bahwa Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah merupakan tempat wisata yang berada di bagian selatan Lombok Tengah. Destinasi wisata ini menjadi salah satu tujuan terfavorit wisatawan pada akhir pekan atau momen libur panjang. Hal ini dikarenakan suasana pantai yang bersih, sejuk dan nyaman. Pantai Kuta Mandalika memiliki pasir pantai yang putih dan berukuran lebih besar dari pasir pantai yang lainnya. Selain itu Pantai Kuta Mandalika Lombok Tengah merupakan salah satu tempat bersarangnya *cacing nyale* yang kemudian dijadikan sebagai adat atau budaya bau nyale suku sasak (Mahmud, 2015).

Pantai Kuta Mandalika mempunyai banyak potensi yang dapat dikembangkan oleh pemerintah maupun masyarakat. Salah satunya adalah potensi pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) yang memiliki dampak terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi dalam bidang investasi yang nantinya ini juga berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Bahkan, Pengembangan KEK Kuta Mandalika diyakini akan menjadi salah satu faktor meningkatnya kunjungan wisatawan. Secara teoritik, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan kunjungan wisatawan adalah: (1) harga produk wisata, (2) budaya dalam berbagai bentuk manifestasinya, (3) pantai yang indah (4) kesenangan berwisata, (5) relasi yang luas, (6) citra/*image* (7)

keindahan alam, dan (8) keramahan penduduk setempat (Suradnya, 1999). Selain itu, faktor pelayanan, sarana dan prasarana, obyek dan daya tarik wisata alam, serta keamanan juga dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan (Evi Syahadat, 2006). Bahkan, Triandara (2017) menyebutkan juga bahwa faktor biaya perjalanan, lama perjalanan, dan fasilitas akan mempengaruhi kunjungan wisatawan.

Selain dari faktor-faktor yang telah disebutkan di atas, ada sejumlah penelitian yang melaporkan faktor-faktor lain sebagai penentu meningkatnya kunjungan wisatawan. Sebagai contoh adalah penelitian yang menjelaskan bahwa penentu meningkatnya kunjungan wisatawan di Provinsi Aceh, adalah banyaknya atraksi budaya (festival budaya) yang diselenggarakan oleh Provinsi Aceh (Dwi Hastuti, dkk, 2016). Demikian juga dengan Kota Yogyakarta, di mana hasil penelitian melaporkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di Yogyakarta adalah, *Pertama*, Yogyakarta merupakan kota istimewa yang memiliki beragam destinasi wisata seperti taman wisata, pantai dan museum; *Kedua*, Yogyakarta merupakan kota yang asri, aman, dan tertib aturan; *Ketiga*, Yogyakarta merupakan kota pendidikan; *Keempat*, Yogyakarta dikenal sebagai kota budaya (Rahasti Rangganingsih dan Yulianto, 2012). Contoh lain adalah Provinsi Jawa Tengah, dimana faktor penentu peningkatan kunjungan wisatawannya adalah objek wisata yang indah, fasilitas yang memadai, infrastruktur yang baik dan biaya yang murah (Surya Sandy Levinanda, 2014).

Kemudian contoh terakhir adalah Provinsi Bali, di mana pantai yang indah, kaya akan budaya, aman dan tertib merupakan faktor penentu kunjungan wisatawan ke Bali (Suradnya, 1999)

Sementara, penelitian Ni Nyoman dkk, (2008), Evi Syahadat (2006) Nouvonena et. al. (2010) menyebutkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Braun (2004) menyatakan bahwa teknologi informasi atau sosial media memberikan kontribusi pada sektor ekonomi, di mana salah satunya adalah ekonomi pariwisata, setidaknya negara Australia. Kemudian penelitian oleh Sakellaridis (2004) menyebutkan bahwa internet sebagai teknologi informasi berupa website dapat juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan pariwisata daerah.

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi peningkatan kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke daerah objek wisata, maka peneliti tertarik menggali lebih dalam terkait dengan faktor pelayanan, sarana dan prasarana, serta media sosial, baik secara parsial maupun simultan sebagai faktor (variabel independen) yang dapat mempengaruhi peningkatan kunjungan wisatawan. Hal ini dilakukan oleh peneliti dengan mengingat kepada sejumlah pertimbangan atau argumen.

1. Pelayanan

Pelayanan merupakan sebuah tindakan yang bisa ditawarkan kepada satu pihak kepada pihak yang lain (Kotler, 2008) dan sifatnya tidak kasat mata yang terjadi akibat timbulnya interaksi sosial, misalnya antara karyawan dan pembeli/pengguna (Mahmoedin, 2010). Dalam teori Gretzel, *et al.*, (2004) disebutkan bahwa pelayanan profesional merupakan faktor penunjang dalam meningkatkan volume/jumlah kunjungan wisatawan ke suatu daerah. Teori ini dibuktikan langsung dengan penelitian Gilmore dan Rentschler (2008) yang menyatakan bahwa persepsi wisatawan untuk berkunjung kembali ke daerah wisata didasarkan pada faktor pelayanan yang diberikan secara totalitas, seperti pelayanan wisata budaya, pendidikan, kesehatan, dan pelayanan sosial lainnya. Bahkan, berdasarkan hasil penelitian Marjo *et. al.* (2010) disebutkan bahwa pelayanan yang baik dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Lebih lanjut, Crestini Bernini (2014) mengatakan bahwa layanan rekreasi adalah atribut tujuan utama yang mempengaruhi peningkatan dan kepuasan kunjungan wisatawan.

2. Sarana dan Prasarana (Fasilitas Wisata)

Fasilitas wisata dapat diartikan sebagai fasilitas pendukung yang mampu menciptakan rasa menyenangkan disertai dengan produk wisata yang dapat digunakan oleh para pengunjung wisata (Yoeti, 1996:192). Sedangkan, sarana kepariwisataan (*tourism infrastructure*) adalah seluruh fasilitas yang

memungkinkan agar prasarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam. Dalam hal ini, Suantoro (2004:22) mengatakan bahwa sarana wisata merupakan perlengkapan wisata yang dibutuhkan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Fasilitas yang diperlukan seperti akomodasi, restoran, *bars*, *café*, transportasi ke tempat wisata, *sport activities* (seperti *surfing*, *fishing*, dan *banana boating*), *retail outlet* (seperti *money changers*, *souvenirshop*, *tourist*, *information service*) dan fasilitas lainnya (Yoeti, 2008:168). Bahkan, penelitian yang dilakukan oleh Ni Nyoman dkk, (2008), Evi Syahadat (2006) Nouvonena et. al. (2010) menyebutkan bahwa fasilitas merupakan faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan

3. Teknologi Informasi (Sosial Media)

Berkaitan dengan teknologi informasi, khususnya media sosial, Paramitha (2011:42) mengatakan bahwa sosial media merupakan media yang dibuat ntuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Sosial media adalah media yang berbasis pada jaringan internet yang dapat menyebarkan dan menyampaikan informasi kepada masyarakat sekitar. Phillip Kotler dan Kevin Keller, (2012:568) mengatakan bahwa sosial media merupakan tempat di mana para konsumen dapat menyampaikan informasi berupa teks, gambar, video, audio.

Lebih lanjut, Braun mengatakan bahwa penggunaan internet sebagai tempat pemasaran adalah sangat penting guna meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, Braun (2004) juga mengungkapkan bahwa sosial media memiliki peran penting dalam sektor pariwisata. Pernyataan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sigala & Sakellaridis (2004), Roberta Milano, et. al. (2011) yang mengungkapkan bahwa teknologi informasi internet berupa *website* telah memberikan kontribusi terhadap peningkatan pariwisata daerah dan memiliki pengaruh terhadap peningkatan kunjungan wisatawan

Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang mengenai obyek wisata Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah dan sejumlah faktor penentu peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh dengan mengambil judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah di atas, dibuatlah tiga rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah.

2. Bagaimana pengaruh sarana-prasarana terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah.
3. Bagaimana pengaruh sosial media terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah.
2. Untuk menganalisis pengaruh sarana prasarana terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah.
3. Untuk menganalisis pengaruh sosial media terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Adapun manfaat yang dapat diterima oleh peneliti adalah mampu memberikan wawasan bagi peneliti mengenai pengaruh pelayanan, sarana-prasarana, dan sosial media terhadap jumlah kunjungan wisatawan yang dalam hal ini juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi daerah/provinsi

2. Bagi Pemerintah

Adapun manfaat yang dapat diterima bagi pemerintah adalah:

- a. Memberikan masukan bagi pemerintah khususnya pemerintah Kabupaten Lombok Tengah dan masyarakat desa kuta mandalika mengenai tindakan apa yang harus dilakukan agar meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik dalam lingkup domestik atau mancanegara.
 - b. Memberikan masukan kepada pemerintah mengenai pentingnya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang dalam hal ini mampu meningkatkan pendapatan Daerah/Provinsi.
3. Bagi Akademisi

Adapun manfaat yang dapat diterima oleh akademisi adalah memberikan masukan kepada akademisi untuk melakukan sebuah inovasi baru untuk memajukan daerah dari segi sektor pariwisata, dan dapat mampu menciptakan lapangan pekerjaan hingga menyerap pengangguran dan dengan sendirinya pertumbuhan ekonomi daerah akan meningkat.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk menjaga alur pembahasan dalam melakukan penelitian, kajian dalam penulisan tesis ini secara garis besar dibagi ke dalam lima bab pembahasan, yakni meliputi bab pendahuluan, bab landasan teori, telaah pustaka, dan pengembangan hipotesis, bab metode penelitian, bab hasil penelitian dan

pembahasan, dan diakhiri dengan bab penutup. Berikut adalah gambaran dari pembahasan dari masing-masing bab.

Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, pentingnya untuk dilakukan penelitian dan perlunya menganalisis mengenai analisis faktor yang memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah. Selain itu, latar belakang ini menjadi masukan bagi terbentuknya rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan. Berikutnya akan dikaji rumusan masalah yang mengkaji tentang permasalahan penelitian yang harus diselesaikan/dijawab dalam penelitian. Kemudian, dibahas pula mengenai tujuan dan manfaat penelitian yang menggambarkan tentang harapan yang ingin dicapai dalam sebuah penelitian. Kemudian, yang terakhir akan dibahas sistematika pembahasan dalam rangka memberikan arah kajian agar alur pembahasannya menjadi terarah dan mudah dipahami.

Pada bab II ini berisikan landasan teori, telaah pustaka, pengembangan hipotesis penelitian dan kerangka berfikir. Landasan teori ini digunakan sebagai pijakan teoritis yang berguna untuk mendukung variabel penelitian yang akan dilakukan. Selain berisi landasan teori, pada bab ini juga berisi mengenai telaah pustaka yang berupa hasil dari penelitian terdahulu, sehingga dapat diketahui posisi penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti di antara penelitian-penelitian yang sudah ada. Pada bab ini, juga akan dijelaskan sejumlah teori yang

terkait sebagai dasar dalam melakukan pengembangan hipotesis yang dijadikan sebagai dugaan sementara dalam penelitian. Kemudian, kajian yang terakhir dalam bab ini adalah kerangka berfikir yang menjelaskan tentang konsep atau skema yang di jalankan dalam penelitian.

Bab tiga adalah metode penelitian. Pada bab menguraikan tentang jenis penelitian yang digunakan, populasi dan sampel yang merupakan sasaran penelitian. Selain itu, terdapat juga instrumen penelitian yang menggambarkan tentang alat ukur yang akan digunakan dalam menentukan jawaban penelitian. Pada bab ini dibahas juga tentang teknik pengumpulan data yang menggambarkan bagaimana cara pengumpulan data agar semua data yang dibutuhkan dalam penelitian dapat terpenuhi. Yang terakhir adalah teknik analisis data yang menjelaskan bahwa semua data penelitian akan diolah dan ditemukan hasil penelitian setelah dianalisis.

Bab IV ini berisi hasil penelitian serta pembahasan. Dalam bab ini secara keseluruhan akan dibahas tentang deskripsi data responden, karakteristik responden, hasil ujicoba instrumen, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda. Selain itu pada bab ini juga akan dijelaskan tentang pembahasan secara detail mengenai hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Oleh karena itu, pada bab ini akan dibahas mengenai hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat. Variabel-variabel tersebut antara lain adalah jumlah wisatawan, pelayanan, sarana prasarana, dan sosial media.

Bab V adalah penutup. Bagian penutup berisikan tentang kesimpulan akhir penelitian yang menghasilkan jawaban dari permasalahan yang diteliti. Kemudian terdapat juga rekomendasi penelitian yang berisikan tentang kekurangan maupun kelebihan dalam penelitian yang telah dilakukan, sehingga muncul saran yang diberikan kepada para peneliti selanjutnya sebagai rekomendasi jika penelitian serupa akan dilakukan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, penelitian ini melahirkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian terhadap hipotesis (H1) dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel pelayanan (X1) adalah sebesar 0.003 yang berarti bahwa $\text{sig } 0.003 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa (H1) diterima, dan hal ini dapat diartikan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tingkat pelayanan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah
2. Hasil pengujian terhadap hipotesis (H2) dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel sarana dan prasarana (X2) adalah sebesar 0.000 yang berarti bahwa $\text{sig } 0.000 < 0.05$. hingga dapat disimpulkan bahwa (H2) diterima, dan hal ini dapat diartikan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sarana dan prasarana terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah
3. Hasil pengujian terhadap hipotesis (H3) dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel sosial media (X3) adalah sebesar 0.171 yang berarti bahwa $\text{sig } 0.171 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa (H3) ditolak, dan

hal ini dapat diartikan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh positif antara sosial media terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah.

B. Implikasi

Adapun implikasi hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritik, hasil penelitian ini dapat menjadi *refrence* baru kepada peneliti selanjutnya.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman keilmuan bagi pihak pengelola pariwisata mengenai konsep pelayanan yang baik dan pengembangan sarana prasarana kepariwisataan.
3. Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pemerintah khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah mengenai pentingnya meningkatkan kualitas pelayanan, sarana dan prasarana dan sosial media sebagai pemicu kedatangan wisatawan.
4. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai konsep pengembangan wisata daerah khususnya daerah Kabupaten Lombok Tengah.
5. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau pedoman dalam pengembangan kepariwisataan khususnya dalam pengembangan kemampuan pelayanan, penyediaan sarana dan prasarana dan pengembangan sosial media.

C. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan kepada 3 variabel, yakni pelayanan, sarana dan prasarana, dan sosial media. Sebagaimana terlihat dalam pembahasan sebelumnya diketahui bahwa besarnya koefisien determinasi hasilnya hanya 0,398 atau 39,8%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini variabel pelayanan, sarana dan prasarana, dan sosial media hanya mampu menjelaskan 39,8% saja dari variabel peningkatan kunjungan wisatawan. Dengan demikian, masih terdapat sisa yang cukup besar 0,60,2 % atau 60,2% yang menjadi faktor lain dalam peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah yang masih belum dapat dijelaskan oleh penelitian ini.
2. Responden dari penelitian ini hanya difokuskan pada wisatawan nusantara, yang bisa jadi hasilnya akan menjadi lebih bagus jika respondennya terdiri dari wisatawan nusantara dan mancanegara.
3. Penelitian ini hanya difokuskan pada satu objek wisata, yakni Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah, yang bisa jadi hasil penelitian ini akan berbeda jika ditambahkan objek wisata lain sebagai sampel penelitian, terutama objek-obyek wisata yang memiliki tingkat pelayanan yang bagus, sarana dan prasarana yang memadai dan sosial media yang aktif dan efektif dalam memberikan informasi tentang pariwisata.

D. Saran-saran

Adapaun saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi para peneliti yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan tema yang memiliki kesamaan diharapkan dapat mampu mengembangkan variabel-variabel penelitian hingga dapat menyempurnakan isi-isi yang belum mampu dijelaskan oleh peneliti
2. Bagi pihak pengelola wisata Pantai Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah, hendaknya dapat meningkatkan kualitas layanan, sarana dan prasarana, dan sosial media agar lebih baik dan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alzbeta Kiralova dan Antonín Pavliceka, Development of Social Media Strategies in Tourism Destination, International Conference on Strategic Innovative Marketing, IC-SIM 2014, September 1-4, 2014, Madrid, Spain
- Ari Sunanda Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Arjana, Gusti Bagus. *Geografi Pariwisata dan ekonomi Kreatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Asmunianto, Implementasi Pasal 12 Peraturan Daerah Provinsi Ntb Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Industri Pariwisata Halal (Studi Kajian Di Kabupaten Lombok Utara), *Tesis*, Universitas Muhammadiyah Malang, 2019.
- Awang Yusop Adom, Bernard Jussem, Joseph Pudun, Azizan bin Yatim, Factors That Influence Visitors' Satisfaction Toward Kuching Waterfront, *Journal For The Advancement Of Science & Arts*, Vol. 3, No. 2, 2012, pp. 40-48.
- Azman Ismail, Yosrizal Sufandi Mohd Yunan, Service Quality As A Predictor Of Custo Satisfaction And Customer Loyalty, *Scientific Journal Of Logistics*, Vol 12, No. 4, 2016, Pp.269-283
- Boisso, D., & Ferrantino, M, "Economic Distance, Cultural Distance, and Openness in International Trade: Empirical Puzzles", *Journal of Economic Integration*, Vol. 12 No. 4, 1997, pp. 456-484.
- Braun, P, "Regional Tourism Networks:The Nexus Between ICT Diffusion And Change In Australia", *Information Technology and Tourism*, Vol. 6, 2004, pp.231-243.
- Crestini Bernini (2012) meneliti tentang "Analysing tourist satisfaction at a mature and multi-product destination", *Journal Current Issues in Tourism*, Vol.17, 2014, pp.1-20
- Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2010)
- Dimoska, Tatjana. Impact Of Tourism On The Employment In The Republic Of Macedonia". *International Thematic Monograph-Thematic Proceedings: Modern Management Tools And Economy Of Tourism Sector In Prensent Era*. Desember 2016
- Dwi Hastuti, Dony Abdul Latif, Ibrahim, Jalaludin, Strategi Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Ke Provinsi Aceh, *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* Vol.2, 2016, Hlm.37-42

- Elvis Madondo, *The Influence Of Social Media In Promoting The Tourism Industry In Durban, South Africa*, Master of Management Sciences: Marketing, Durban University of Technology, 2015.
- Evi Syahadat, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Taman Nasional Gede Pengrango (TNG)*, *Journal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan*, 2006.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Graham, P. (2005). *Web 2.0 and Why?* Retrieved from: <http://www.fossbox.org.uk>.
- Gretzel, U., Mithsce, N., Hwang, Y. H., Fesenmaier, D. R, “Tell Me Who You Are and I Will Tell You Where to Go: Use of Travel Personalities in Destination Recommendation Systems” *Information Technology and Tourism*, Vol. 7, 2004, pp. 3-12.
- Gu, H., Ryan, C., 2008, “Place Attachment, Identity and Community impacts of Tourism—the Case of a Beijing Hutong” *Tourism Management* 29 pp. 637–647.
- Hardiyansyah, *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*, Jakarta: Gava Media, 2018.
- <https://jogjakota.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>, diakses pada tanggal 16 Januari 2020 pukul 20:21
- <https://jateng.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>, diakses pada tanggal 16 Januari 2020 pukul 21:00
- <https://bali.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>, diakses pada tanggal 16 Januari 2020 pukul 21:36
- <https://ntb.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>, diakses pada tanggal 15 Januari 2020 pukul, 17:25.
- <https://aceh.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>, diakses pada tanggal 16 Januari 2020 pukul 17:57
- <https://ntb.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>, diakses pada tanggal 15 Januari 2020 pukul, 17:00.
- <https://www.kemenkeu.go.id/media/14512/laporan-tahunan-kementerian-keuangan-2018.pdf>, diakses pada tanggal 15 Januari 2020 pukul 16:15.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2006

- Ismail Naser Abuamoud, James Libbin, Janet Green & Ramzi ALRousan “Factors affecting the willingness of tourists to visit cultural heritage sites in Jordan”, *Journal of Heritage Tourism*, Vol.9, No.2, 2014, pp. 148-165
- Jazali, Samiun Ahzami. (2006). *Hijrah dalam Pandangan al-Qur'an*. Gema Insani (Daruth Thuwaiq).
- Jenny Joeastanti, “Strategi Pemasaran Wisata Alam Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kawasan Wisata Kabupaten Kediri”, *Journal Ilmu Manajemen, Revitalisasi*, Vol.1, No.2, September, 2012, pp. 61-73
- Josef Jelenka “Information And Communication Technologies In Tourism - Influence, Dynamics, Trends”, *Journal Ekonomie A Management*, 2009.
- Kaplan,A.M, Haenlein, M. (2010), User of the Word, Unite The Challenges and Opportunites of Social Media, *Business Horizons*, 53 (1), pp.59-68
- Karjaluoto, H. 2008. *Mobile Marketing: From Marketing Strategy to Mobile Marketing Campaign Implementation. International Journal of Mobile Marketing* , 50-61.
- Karyono, Hari, A, *Kepariwisataan*, Jakarta: Gramedia, 1997.
- Kasmir, Kreatifitas dan Keberbakatan, Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif dan Bakat, Jakarta: Gramedia, 2006
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2012. *Principles of Marketing, 14th Edition*. United States of America: Pearson.
- Larry Yu dan Munhtuya Goulden, “A comparative analysis of international tourists’ satisfaction in Mongolia” *Journal Tourism Management*, Vol.27, Desember 2006, pp.1331-1342
- Mahyudin, Mahmud, *Aktivitas Komunikasi Upacara Adat Bau Nyale Suku Sasak Di Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat (Studi Etnografi Komunikasi Pada Aktivitas Dalam UPacara Adat Bau NYale Suku Sasak Di Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat)*, Diploma Thesis, Universitas Komputer Indonesia, 2015.
- M, Akrom K, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Semarang: Universitas Diponegoro, 2014.
- Mansuri. (2016). *Modul Praktikum Eviews Analisis Regresi Linier Berganda menggunakan Eviews*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur.
- Mayfield, A., *What is Social Media, iCrossing*, 2008.

- Neuvonena, et. al., (2010), meneliti tentang “Visits to national parks: Effects of park characteristics and spatial demand”, *Journal for Nature Conservation*, 18 (2010) pp. 224–229
- Ni Nyoman Ayu Wirantini dkk, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata di Kabupaten Bandung, *E-Journal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 2006, ISSN: 2337-3067, pp. 279-308.
- Panagiota Dionysopoulou dan John Mylonakis, Youth Tourists’ Profile And Their Travel Choices As Influenced By Social Media Networks, *European Journal of Hospitality and Tourism Research*, Vol.1, No. 3, pp. 22-35, December 2013
- Paramitha, C. 2012. *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dalam Bidang Kuliner (Studi Kasus : PT XYZ)*. 12.
- Pendit, N. S. 1994. *Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta PT Padnya Paramita.
- Pitana, I Gede Gayati Putu, *Sosiologi Pariwisata (Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem dan Dampak-Dampak Pariwisata)*, Yogyakarta: Andi, 2005.
- Rahasti Ranganingsih, Yulianto, Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Yogyakarta Melalui Promosi Wisata Budaya di Anjungan Daerah Istimewa Yogyakarta Taman Mini “Indonesia Indah”, *e-journal.bsi.id*, 2012.
- Ratni Prima Lita, “Pengaruh Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata di Kota Padang”, *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi*, Vol.2, No.2, Juli-Desember, 2010. pp. 91-99
- Roberta Milano, et. al. (2011), meneliti tentang “The effects of online social media on tourism websites”, *International Conference on Information Technology and Travel & Tourism January 26-28, 2011 - Innsbruck, Austria*
- Sigala, M., and Sakellaridis, “Web User’s Cultural Profiles and E-Service Quality: Internationalization Implications for Tourism Web Sites” *Information Technology and Tourism*, Vol. 7, 2014, pp. 13-22.
- Shihab, Quraish M. (1998). *Panduan Praktis Menuju Haji Mabruur*. Bandung: Mizan.
- Smith, Valene L. 1992. *Tourism Alternative*. USA : The University of Ttennsylvania Press.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis: Disertasi Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Spillane, James J., 1994, “Pariwiata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan”, Yogyakarta: Kanisius, 1994.

- Sudiarta, M, “Dampak Fisik, Ekonomi, Sosial Budaya Terhadap Pembangunan Pariwisata di Desa Serangan Denpasar Bali”, *Jurnal Manajemen Pariwisata* Vol.4 no. 2, 2005, pp. 111- 129.
- Suharyadi. (2008). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suharyadi. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Suradnya, I. M, “*Faktor-faktor Yang Melatar Belakangi Persepsi Wisatawan Mancanegara Yang Mengunjungi Daerah Tujuan Wisata Bali dan Implikasinya Terhadap Segmentasi Pasar dan Strategi Memposisikannya*” Disertasi, Universitas Airlangga, Surabaya, 1999.
- Surya Snady Levinanda, Analisis Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan di Objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah, *Skripsi* Semarang: Universitas Diponegoro, 2015
- Suwantoro, Gamal, *Dasar-Dasar Pariwisata*, Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2004.
- Tjiptono, Fandy, *Service Management*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Penerbit ANDI Yogyakarta, 2012.
- Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi 4 Jakarta: Salemba Empat, 2006
- Winarsih Ratminto, *Manajmen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Qardhawi, Yusuf. (1998). *Al-Qur'an Berbicara tentang Akal dan Ilmu Pengetahuan*. Gema Insani Press.
- Yunus, Alan, Pengaruh *Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness Dan Assurance)* Terhadap *Customer Satisfaction*: Penelitian Pada Hotel Serela Bandung, *Journal Manajmen*, Vol.15, No.2, Mei, 2016.
- Yoeti, Oka A. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Aplikasi*. Jakarta: Kompas, 2008
- Yoeti, Oka, A, dkk, *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*, Jakarta: Pradnya Paramita, 2006.
- Yoeti, Oka, A, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung: Angkasa, 1996.