

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG DI OBJEK WISATA PANTAI AL FATH STIRA PARADISE KABUPATEN PINRANG



PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2025

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP
LOYALITAS PENGUNJUNG DI OBJEK WISATA PANTAI
AL FATH STIRA PARADISE KABUPATEN PINRANG**



OLEH

MUHAMMAD IMRAN AKBAR
NIM: 2120203893202028

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pengunjung di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Muhammad Imran Akbar

NIM : 2120203893202028

Program Studi : Pariwisata Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Nomor: B-3999/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Mustika Syarifuddin, M.Sn.

NIP : 199103202019032008



Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muzakkifah Muhammadun, M.Ag.

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pengunjung di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Muhammad Imran Akbar

NIM : 2120203893202028

Program Studi : Pariwisata Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor: B-3999/In.39/FEBI.04/pp.00.9/07/2024

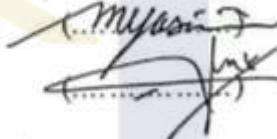
Tanggal Ujian : 01 Juli 2025

Disetujui oleh Komisi Penguji:

Mustika Syarifuddin, M.sn. (Ketua)



Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd. (Anggota)



Suryadi Kadir, M.M. (Anggota)

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Mardiyah Muhammadun, M.A.
NIP. 197102082001122002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi serta memperoleh gelar Sarjana Strata Satu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan dengan tulus kepada kedua orang tua penulis, *who always hold the principle that education is the best inheritance among others*, hal inilah yang menjadi motivasi bagi penulis selama menjalani proses pendidikan. Diiringi dengan doa yang tulus, nasihat serta harapan yang besar oleh kedua orang tua penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan jenjang perkuliahan tepat pada waktunya.

Penyusunan serta penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana apabila tidak ada bantuan, kerjasama, serta dukungan pihak-pihak yang berbaik hati meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran secara sukarela untuk membantu serta mendukung penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis dengan kerendahan hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras dalam mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M,Ag. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdiannya telah menciptakan suasana yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Mustika Syarifuddin, M.Si selaku ketua Program Studi Pariwisata Syariah dan sekaligus sebagai pembimbing yang telah memberikan kemudahan dan pengalamannya kepada mahasiswa program studi

Pariwisata Syariah, serta telah memberikan arahan dan masukan yang sangat berharga kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

4. Bapak Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd dan Bapak Suryadi Kadir, M.M selaku dosen penguji, yang telah memberikan motivasi, arahan, bimbingan dan masukan selama proses penulisan skripsi sehingga skripsi ini bisa diselesaikan.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis selama studi di IAIN Parepare. Segenap staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas segala arahan dan bantuannya.
6. Pengelola Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian serta memberikan arahan dalam proses pengumpulan data penelitian.
7. Kepada saudara-saudari penulis yang selalu memberikan motivasi, arahan dan juga bantuan kepada penulis selama perjalanan hidup penulis.
8. Kepada Warga Entah, sekelompok remaja yang memberikan banyak warna baru dalam hidup penulis dan menjadi teman penulis disaat apapun, *but more than friends they're family. Thanks for being a part of the author's life journey.*
9. Kepada teman-teman Pariwisata Syariah angkatan 21 yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu dan yang telah menjadi sahabat seperjuangan semasa penulis menempuh perkuliahan hingga selesai.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan sampai saat tulisan ini diselesaikan.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat di sektor pariwisata dan juga bagi pembaca. Akhirnya, penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran yang konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Imran Akbar
Nim : 2120203893202028
Tempat/Tgl. Lahir : Benteng, 1 Februari 2003
Program Studi : Pariwisata Syariah
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pengunjung di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiatis, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 19 Mei 2025

21 Dzulqa'dah 1446 H

Penulis


MUHAMMAD IMRAN AKBAR
NIM: 2120203893202028

ABSTRAK

Muhammad Imran Akbar. *Analisis Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pengunjung di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.* (Dibimbing Oleh Mustika Syarifuddin, M.sn)

Loyalitas pengunjung merupakan jumlah pengunjung yang konsisten dalam mengunjungi sebuah destinasi yang ditawarkan disaat terdapat pesaing atau destinasi lain yang serupa. Untuk meningkatkan loyalitas pengunjung harga dan fasilitas merupakan dua hal yang perlu diperhatikan, penetapan harga yang sesuai dengan fasilitas yang pengunjung akan dapatkan tentu akan menambah tingkat loyalitas pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, 1) apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang. 2) apakah fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang. 3) apakah harga dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

Penelitian ini menggunakan sampel yang dikumpulkan dari 100 responden dengan metode penelitian yaitu kuantitatif deskriptif.. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis menggunakan IBM SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan, 1) harga berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung, hal ini dilihat dari hasil uji-t yang diperoleh nilai signifikansi harga (X_1) sebesar $0,014 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $2,511 > 1,64$. 2) fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung, hal ini dilihat dari hasil uji-t yang diperoleh nilai signifikansi fasilitas (X_2) sebesar $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $6,064 > 1,644$. 3) harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung, hal ini dilihat dari hasil uji F yang diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $97,162 > F_{tabel} 3,09$.

Kata Kunci: Harga, Fasilitas, Loyalitas Pengunjung.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan	7
B. Tinjauan Teori	14
C. Kerangka Pikir	21
D. Hipotesis.....	22
BAB III	23
METODE PENELITIAN.....	23
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	24

C. Populasi dan Sampel	24
D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	25
E. Definisi Operasional Variabel.....	26
F. Instrumen Penelitian.....	28
G. Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	38
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data	47
C. Pengujian Hipotesis.....	51
D. Pembahasan Hasil Penelitian	55
BAB V	61
A. Simpulan	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
2.1	Pemetaan Tinjauan Pustaka	7
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	27
3.2	Pengukuran Skala Likert	29
3.3	Kisi-kisi Instrumen Angket	29
3.4	Hasil Uji Validitas 30 Responden Variabel Harga (X1)	32
3.5	Hasil Uji Validitas 30 Responden Variabel Fasilitas (X2)	32
3.6	Hasil Uji Validitas 30 Responden Variabel Loyalitas Pengunjung (Y)	33
4.1	Jawaban Responden terhadap Harga (X1)	38
4.2	Jawaban Responden terhadap Fasilitas (X2)	40
4.3	Jawaban Responden terhadap Loyalitas Pengunjung (Y)	44
4.4	Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.5	Karakteristik berdasarkan Umur	46
4.6	Karakteristik berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
4.7	Hasil Uji Validitas Harga (X1)	47
4.8	Hasil Uji Validitas Fasilitas (X2)	48
4.9	Hasil Uji Validitas Loyalitas Pengunjung (Y)	49
4. 10	Hasil Uji Reliabilitas	49
4. 11	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	51

4. 12	Hasil Uji T Variabel Harga (X1)	52
4. 13	Hasil Uji T Variabel Fasilitas (X2)	53
4. 14	Hasil Uji Simultan (F)	54
4. 15	Hasil Uji Koefisien Determinasi R2	55



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	21
3.1	Grafik Hasil Uji Normalitas	50



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
1	Kuesioner Penelitian
2	Data Mentah
3	Data Jawaban Responden
4	Hasil Data Penelitian Menggunakan SPSS 26
5	Surat Keputusan Penetapan Pembimbing dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
6	Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
7	Surat Keterangan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pemerintah Kabupaten Pinrang
8	Surat Keterangan Selesai Meneliti dari Lokasi Penelitian (Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang)
9	Dokumentasi
10	Berita Acara Revisi Judul Skripsi
11	Biodata Penulis

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

1. Transiliterasi

a. Konsonan

Fenomenan konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dan sebagian dilambangkan dengan tandadan sebagian yang lain dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Dalam huruf bahasa Arab dengan transliterasinya ke dalam bahasa Latin

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ه	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ڛ	Shad	ş	es (dengan titik di bawah)
ڏ	Dad	ڏ	de (dengan titik di bawah)
ڦ	Ta	ڦ	te (dengan titik di bawah)
ڻ	Za	ڻ	zet (dengan titik di bawah)
ڻ	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
ڻ	Gain	G	Ge
ڻ	Fa	F	Ef
ڦ	Qaf	Q	Qi
ڦ	Kaf	K	Ka
ڦ	Lam	L	El
ڻ	Mim	M	Em
ڻ	Nun	N	En
ڻ	Wau	W	We
ڻ	Ha	H	Ha
ڻ	Hamzah	,	Apostrof
ڻ	Ya	Y	Ye

Hamzah (ڻ) yang diawal kata mengikuti voalnya tanpa mengikuti tanda apapun. Jika terletak ditengah atau diakhir, ditulis dengan tanda (').

b. Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
‘	Fathah	A	A
‘	Kasrah	I	I
‘	Dammah	U	U

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
‘ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
‘و	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَةٌ : haula

c. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
‘ / ي	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas

يَ	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وَ	dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ :māta

رَمَاءٌ :ramā

قِيلَةٌ :qīla

يَمُوتُ :yamūtu

d. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta murbatah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْخَلَّةِ :rauḍah al-jannah atau rauḍatul jannah

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ :al-madīnah al-fāḍilah atau al- madīnatul fāḍilah

الْحِكْمَةُ : al-hikmah

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (˘), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا :Rabbanā

نَحْنُنَا :Najjainā

الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
الْحَجُّ	: <i>al-hajj</i>
نُعَمٌ	: <i>nu‘ima</i>
عَدُوٌّ	: <i>‘aduwwun</i>

عَرَبِيٌّ :‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)
عَلِيٌّ :‘Ali (bukan ‘Alyyy atau ‘Aly)

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan oleh garis mendatar (-), contoh:

الشمسُ	: <i>al-syamsu</i> (<i>bukan asy-syamsu</i>)
الرَّزْلَةُ	: <i>al-zalzalah</i> (<i>bukan az-zalzalah</i>)
الْفَلَسْفَهُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبَلَادُ	: <i>al-bilādū</i>

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof ('), hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

ثَمَرُونَ	:ta'murūna
النَّوْءُ	:al-nau'
شَيْءٌ	:syai'un
أَمْثُ	:Umirtu

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibukukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), sunnah. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh:

Fī ẓilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafż lā bi khusus al-sabab

i. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

بِيْنَاللهِ

Dīnullah

بِاللهِ

billah

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُنْفِيْرَحْمَةَاللهِ

Hum fī rahmatillāh

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf

awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fīh al-Qur'an Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū).

1. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subḥānahu wa ta'āla*

saw. = *ṣallallāhu 'alaihi wa sallam*

a.s. = *'alaihi al- sallām*

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

QS .../...4 = QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4

HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص = صفحه

دو = بدون مکان

صهعى = صلى الله عليه وسلم

ط = طبعة

ن = بدون ناشر

الخ = إلى آخرها/ إلى آخره

خ = جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds [dari kata editors] jika lebih dari satu editor), karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

Et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Vol. : Volume, Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berskala seperti jurnal, makalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di masa sekarang, setiap individu yang melakukan rutinitas yang sama setiap hari dan terjadi secara berulang-ulang cenderung lebih mudah untuk terkena stress dan jemuhan akan pekerjaannya. Oleh karena itu terkadang diperlukan beberapa kegiatan atau aktivitas lain di waktu luang untuk mengurangi hal tersebut. Salah satu alasan berkembangnya pariwisata adalah dari banyaknya masyarakat yang ingin bersantai dikala sedang memiliki waktu luang setelah bekerja serta menyisihkan penghasilannya untuk melakukan kegiatan lain dan mendapatkan hiburan sejenak untuk melepas kejemuhan dari pekerjaan sehari-harinya, tak jarang banyak masyarakat yang memilih pantai sebagai destinasi tujuan wisata disaat hendak menikmati waktu libur.

Setiap daerah tentu memiliki daya tarik wisatanya tersendiri baik itu wisata religi, wisata sosial dan budaya serta wisata alam. Tempat wisata adalah suatu lokasi yang berada di wilayah tertentu dan memiliki keunikan atau keindahan sehingga menarik orang untuk berkunjung kesana.¹ Mengingat Indonesia merupakan daerah kepulauan, sudah tentu hampir semua daerah memiliki pantai yang dapat dinikmati sebagai objek wisata.² Kepariwisataan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan perekonomian daerah, oleh karena itu diperlukan pengembangan serta penggunaan secara optimal dari sumber daya dan potensi pariwisata di wilayah tersebut.³ Kabupaten Pinrang Sulawesi Selatan merupakan salah satu daerah yang memiliki wisata alam yang cukup beragam salah satunya adalah Pantai Al Fath Stira Paradise. Daya tarik wisata alam merupakan sumber daya alam yang potensial dan menarik

¹ Suryadi Kadir. *Ekonomi Pariwisata Pengantar dan Prospek*. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Group, 2020.

² Bawazir Tohir, *Panduan Praktis Wisata Syariah* (Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2013).

³ Rosmiati, Moh Yasin Soumena, dan Zainal Said, “Strategi Dinas Kepemudaan Olaraga Dan Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata Syariah Kota Pare-Pare,” *Shi’ar: Shariah Tourism Research* 1, no. 1 (2022): 43–60.

bagi wisatawan serta prakarsa yang mendorong kecintaan terhadap alam baik dalam keadaan alami maupun setelah dieksplorasi.⁴

Pantai Al Fath Stira Paradise adalah pantai yang terletak di Kampung Serang, Kelurahan Data, Kecamatan Duampanua, Kabupaten Pinrang. Berjarak sekitar 33 Km dari pusat Kota Pinrang. Objek wisata satu ini memiliki pemandangan alam yang indah untuk dinikmati karena keunikannya mulai dari keindahan matahari terbenam dikala senja, keindahan pegunungan dan rerimbunan pepohonan disekitar kawasan pantai. Dengan konsep perpaduan antara urban modern dan futuristik yang terintegrasi dengan naturalisasi dalam kawasan pantai, pengunjung tidak hanya disuguhkan oleh keindahan alam saja tetapi dari segi penyediaan fasilitas pendukung lainnya seperti jejeran gazebo, spot untuk berfoto dan juga *camping ground*.

Pengembangan pariwisata adalah keputusan penting bagi sebuah daerah karena kegiatan pariwisata memiliki berbagai dampak yang signifikan.⁵ Salah satu faktor yang mendukung keberhasilan dalam pengembangan pariwisata adalah dari banyaknya jumlah pengunjung yang datang ke sebuah destinasi wisata. Jumlah kunjungan disebuah destinasi wisata yang terus meningkat biasanya dihasilkan dari kepuasan serta rasa loyalitas pengunjung terhadap destinasi wisata yang sebelumnya pernah dikunjungi. Menurut Utama, Loyalitas merupakan konsistensi pengunjung untuk selalu mengunjungi suatu destinasi, bahkan ketika pesaing menawarkan destinasi baru dengan karakteristik kualitas unggul. Loyalitas pariwisata mengacu pada kesediaan pelanggan untuk menggunakan produk suatu perusahaan dalam jangka waktu yang lama, bahkan ketika digunakan secara eksklusif, dan untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.⁶ Menurut Hasan loyalitas dari pengunjung dapat diukur menggunakan 3 indikator yakni: (1) niat untuk melanjutkan

⁴ Purnama, dkk.,“Potensi Daya Tarik Wisata Alam Riam Sungai Manah Di Desa Sungai Muntik Kecamatan Kapuas Kabupaten Sanggau,” *Jurnal Hutan Lestari* 6, no. 1 (2018): 191–97.

⁵ Nur Alim and Mustika Syarifuddin., “*Potential Development of Karang Latimojong Tourism*,” *Shi’ar : Sharia Tourism Research* 01, no. 2 (2022): 167–78.

⁶ Desi Ratna Sari Sinaga, “Pengaruh Aksesibilitas, Daya Tarik, Amenitas Terhadap Loyalitas Wisata,” *Galang Tanjung*, no. 2504 (2015): 1–9.

membeli produk yang sama (dimensi jangka panjang); 2) membeli lebih banyak produk yang sama (waktu tinggal lebih lama); (3) keinginan untuk merekomendasikan produk tersebut ke orang lain.⁷

Destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh pengunjung tentunya memiliki pengelolaan baik itu dari segi pengelolaan harga dan juga pengelolaan fasilitas yang sesuai untuk pengunjung. Penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang semakin melunjak. Untuk bisa bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, setiap pengusaha harus memiliki rencana strategis agar para konsumen tetap setia dan loyal terhadap usaha yang dijalankannya.⁸ Peranan harga sangat penting terutama untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi sebuah destinasi wisata, dalam hal ini penerapan harga yang sesuai di sebuah destinasi wisata akan mempengaruhi kemampuan bersaing sebuah destinasi dengan destinasi lainnya dan akan meningkatkan jumlah konsumen yang memiliki minat untuk berkunjung.

Sebuah destinasi dapat dikatakan layak untuk dikunjungi apabila dapat menyediakan fasilitas wisata yang disesuaikan dengan kebutuhan serta memudahkan kegiatan pengunjung. Dengan penyediaan fasilitas wisata yang layak tentunya dapat memberikan kenyamanan kepada para pengunjung di sebuah destinasi wisata. Menurut Tjiptono, fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu ditawarkan kepada konsumen.⁹ Munawir mengemukakan bahwa indikator fasilitas meliputi: (1) pertimbangan atau perencanaan spasial; (2) perencanaan ruang;

⁷ Zihni Abdul Aziz, "Pengaruh Fasilitas Dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung (Survey Pada Pengunjung Wisata Umbul Ponggok Klaten)," *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 17, no. 2 (2022): 8–18.

⁸ Arwin, "Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Kota Parepare," *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 3, no. 3 (2023): 251–57.

⁹ Ayu Kartika, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pelabuhan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bongkar Muat Pada PT . Pelabuhan Indonesia I (Persero) Cabang Belawan," 2017, 15–35.

(3) perlengkapan atau perabotan; (4) tata cahaya dan warna; (5) pesan yang disampaikan secara grafis; (6) unsur pendukung.¹⁰

Berdasarkan beberapa penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan menyatakan bahwa kesesuaian penerapan harga sebuah destinasi wisata serta kelengkapan dari fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengunjung serta akan memberikan rasa nyaman serta kepuasan kepada para pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa dengan penerapan harga yang sesuai dan meningkatkan kualitas, kelengkapan serta kenyamanan dari fasilitas di sebuah destinasi akan berdampak positif terhadap dan menjadi faktor utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang yang tentunya akan menjadi bentuk loyalitas dari pengunjung.

Dari hasil pengamatan yang dilakukan di Pantai Al Fath Stira Paradise terdapat beberapa fasilitas yang disediakan untuk mereka yang berkunjung kesana mulai dari tempat pelayanan tiket dan informasi, lahan parkir, musholla, toilet, café, gazebo, villa, *camping ground* sebagainya. Namun, untuk akses masuk ke pantai terbilang masih sempit untuk pengendara kendaraan roda empat karena jalanan yang hanya mampu di akses oleh satu mobil saja dan kurang memungkinkan apabila terdapat dua kendaraan yang berpapasan dari arah yang berlawanan khususnya di jembatan penghubung kanal sebelum masuk ke pantai. Selain itu kurang nyaman dilalui oleh pengendara sepeda motor karena masih berupa jalan tanah dan sedikit berbatu sehingga apabila dilalui akan membuat debu berterbangan. Kekurangan lain dari pantai Al Fath Stira Paradise adalah lahan parkir yang kurang memadai dan kurang aman karena langsung berada di bawah pohon serta hanya dibatasi dengan beberapa tali yang dibentangkan. Hal ini terkadang membuat pengendara motor memarkirkan kendaraannya dengan kurang rapi. Selain itu menurut beberapa pengunjung harga makanan yang dijual di Pantai Al Fath Stira Paradise tergolong mahal serta memiliki toilet yang kurang bersih.

¹⁰ La Ode Muhammad Tauha, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Pemanduan PT Bias Delta Pratama," 2018, 79.

Penyediaan air bersih juga dianggap masih kurang oleh pengunjung karena terkadang air yang keluar memiliki rasa yang aneh dan terkadang tidak cukup untuk digunakan, sehingga pengunjung masih sering antri untuk menggunakan air baik itu di toilet dan di tempat wudhu yang disediakan. Selain itu papan informasi masih kurang jelas sehingga membuat pengunjung kurang nyaman. Penyediaan fasilitas yang mumpuni tentunya menjadi faktor penting untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang didapatkan dari fasilitas yang disediakan terhadap loyalitas pengunjung begitupun dengan harga dari destinasi wisata tersebut.

Berdasarkan beberapa penjelasan dari paragraf sebelumnya maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait seberapa penting pengaruh harga dan fasilitas wisata terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang?
3. Apakah harga dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penjelasan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

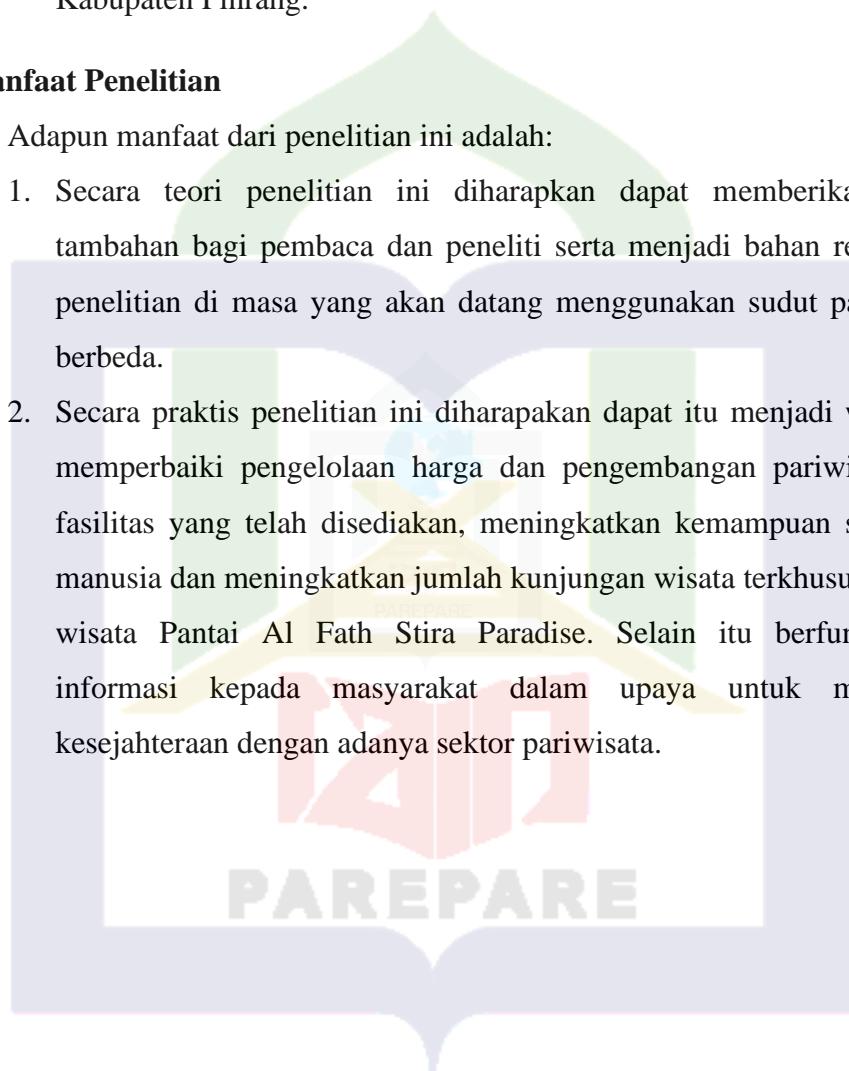
1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pengunjung pada objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan fasilitas secara simultan terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara teori penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tambahan bagi pembaca dan peneliti serta menjadi bahan referensi bagi penelitian di masa yang akan datang menggunakan sudut pandang yang berbeda.
2. Secara praktis penelitian ini diharapakan dapat itu menjadi wadah untuk memperbaiki pengelolaan harga dan pengembangan pariwisata dengan fasilitas yang telah disediakan, meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dan meningkatkan jumlah kunjungan wisata terkhusus pada objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise. Selain itu berfungsi sebagai informasi kepada masyarakat dalam upaya untuk meningkatkan kesejahteraan dengan adanya sektor pariwisata.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tabel 2.1 Pemetaan Tinjauan Pustaka

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Salman Farisi dan Qahfi Romula Siregar (2020) ¹¹	Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan	Dalam penelitian ini dikemukakan bahwa, 1) Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Harga menunjukkan nilai $t=7,108 > t$ tabel = 1,69 dengan nilai signifikansi sebesar $=0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. 2) Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel promosi menunjukkan nilai t hitung = $2,192 > t$ tabel = 1,69	Perbedaan dengan penelitian sekarang adalah dari variabel X. Pada penelitian sebelumnya variabel X_2 adalah promosi sedangkan pada penelitian sekarang variabel X_2 adalah fasilitas wisata.	Persamaan dengan penelitian saat ini adalah bahwa kedua penelitian ini menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan data dengan cara observasi, wawancara, dan kuesioner.

¹¹ Salman Farisi & Qahfi Romula Siregar, "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Di Kota Medan," *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3, no. 1 (2020): 148–59.

			dengan nilai signifikansi sebesar $= 0,031 < 0,05$ dengan demikian berarti Promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. 3) Hasil penelitian menunjukkan nilai F hitung $= 54,595 >$ dari F tabel $= 4,95$ dengan nilai probabilitas yakni sig adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian Harga dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan		
2.	Lusy Yuliana Rahmadani (2023) ¹²	Pengaruh Fasilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Loyalitas Pengunjung	Dalam penelitian ini dikemukakan bahwa, 1) Hasil uji t diperoleh nilai signifikansi fasilitas wisata (X_1) terhadap	Perbedaan dengan penelitian sekarang terdapat pada variabel X. Pada	Persamaan dengan penelitian sekarang terletak pada cara untuk mengetahui pengaruh

¹² Yuliana Lusy Rahmadani, "Pengaruh Fasilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Objek Wisata Telaga Ngebel Ponorogo," *Journal of Hospitality*, 2023.

	Pada Objek Wisata Telaga Ngebel Ponogoro	<p>loyalitas pengunjung (Y) sebesar 0,000 atau 0% artinya nilai probabilitas 0,000 $< 0,05$ (0% $< 5\%$). Artinya bahwa variabel fasilitas wisata (X₁) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y) di Telaga Ngebel Ponogoro.</p> <p>2) Hasil uji t diperoleh nilai signifikansi daya tarik wisata (X₂) terhadap loyalitas pengunjung (Y) sebesar 0,000 atau 0% artinya nilai probabilitas 0,000 $< 0,05$ (0% $< 5\%$). Artinya bahwa variabel daya tarik wisata (X₂) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y) di Telaga Ngebel Ponogoro.</p> <p>3) hasil uji F diatas diperoleh nilai signifikansi</p>	<p>penelitian sebelumnya variabel X₁ adalah fasilitas sedangkan pada penelitian sekarang variabel X₁ adalah harga. Fasilitas menjadi variabel X₂.</p>	<p>fasilitas wisata, citra destinasi, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan penelitian dilakukan dengan cara pengunjung atau wisatawan dijadikan sebagai sample penelitian.</p>
--	--	---	--	---

			sebesar 0,000 artinya nilai probabilitas 0,000 $\leq 0,05$. Artinya bahwa variabel fasilitas wisata (X_1) dan daya tarik wisata (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y) di Telaga Ngebel Ponorogo.		
3.	Hafniel Rayendra, Akmal, Howardi Visza Adha (2022) ¹³	Analisis Pengaruh Harga, dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pelanggan Minang Fantasi Waterpark & Resort Padang Panjang	Dalam penelitian ini dikemukakan bahwa, 1) Koefisien regresi harga terhadap kepuasan pengunjung, dimana nilai t hitung 2.082 dan nilai (sig = 0,04 < 0,05). Dengan df = 96-3= 93 diperoleh t_{tabel} sebesar 1.661, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} \backslash > t_{tabel}$ atau $2.082 > 1.661$,	Perbedaan dengan penelitian sekarang adalah pada lokasi penelitian. Penelitian sebelumnya dilakukan di Minang Fantasi waterpark & Resort Padang Panjang sedangkan pada	Persamaan dengan penelitian sekarang adalah untuk menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pelanggan, penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Instrumen

¹³ Hafniel Rayendra, Akmal, & Howardi Visza Adha, "Analisis Pengaruh Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Minang Fantasi Waterpark & Resort Padang Panjang," *Journal of Management and Entrepreneurship* 1, no. 1 (2022).

		<p>maka harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang.</p> <p>2) Koefisien regresi fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang, dimana nilai t hitung 6.513 dan nilai ($sig = 0,000 < 0,05$). Dengan $df = 96 - 3 = 93$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.661, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6.513 > 1.661$, maka fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang</p> <p>3) Berdasarkan uji F diketahui bahwa nilai F hitung 38.812 dengan nilai signifikansi</p>	<p>penelitian sekarang dilakukan di objek wisata Pantai Al Fath Stir Paradise Kabupaten Pinrang</p>	<p>pencarian data memakai kuesioner dengan skala Likert.</p>
--	--	---	---	--

			sebesar 0,000 (p<0,05). Hal ini berarti secara bersama-sama variabel harga dan fasilitas berpengaruh bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang.		
4.	Nuraeinun (2024) ¹⁴	Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Destinasi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Al Fath Stira Paradise Kampung Serang Kabupaten Pinrang	Dalam penelitian ini dikemukakan bahwa, 1) Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki tingkat signifikansi 0,029 > 0,05 dan nilai t_{hitung} 2,214 > t_{tabel} 1,984. Sehingga temuan uji hipotesis berguna untuk menyimpulkan bahwa variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh	Perbedaan dengan penelitian yang sekarang adalah pada variabel X yang diteliti. Pada penelitian sebelumnya variabel X yang diteliti adalah kualitas layanan dan fasilitas destinasi wisata terhadap minat berkunjung wisatawan yang dampaknya pada	Persamaan dengan penelitian yang sekarang adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan fasilitas destinasi wisata terhadap minat berkunjung wisatawan yang dampaknya pada

¹⁴ Nuraenun. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Destinasi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Al Fath Stira Paradise Kampung Serang Kabupaten Pinrang" 2024.

		<p>terhadap minat berkunjung wisatawan di Pantai Al Fath Stira Paradise. 2) hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas fasilitas memiliki tingkat signifikansi 0,001 $< 0,5$ dan nilai $t_{hitung} 3.292 > t_{tabel} 1.984$. sehingga, Hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas fasilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap berkunjung wisatawan di Pantai Al Fath Stira Paradise (Y). 3) Nilai F hitung 11.430, sementara F tabel 3.09 yang didapat dari $F = (k; n-k), f (2; 100-2= 98) = 3.09$, karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel dan besarnya</p>	<p>sedangkan pada penelitian sekarang variabel X yang diteliti adalah pengaruh harga dan fasilitas.</p>	<p>loyalitas pengunjung. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan metode penelitian survei dengan menyebarluaskan kuesioner di lokasi yang sama yakni Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.</p>
--	--	---	---	--

			signifikansi 0.000 < 0.05, maka dengan demikian terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas layanan dan kualitas fasilitas secara simultan terhadap minat berkunjung wisatawan di Pantai Al Fath Stira Paradise.		
--	--	--	---	--	--

B. Tinjauan Teori

1. Harga

a. Pengertian Harga

Harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang rela dikeluarkan konsumen demi memperoleh barang atau jasa. Terbentuknya harga bergantung pada adanya permintaan dan penawaran. Semakin tinggi permintaan maka semakin tinggi pula harga, terutama jika penawaran tidak mampu mengimbangi lonjakan permintaan tersebut.¹⁵ Dalam konteks pariwisata, penetapan harga mencakup biaya untuk berbagai elemen seperti akomodasi, transsportasi, tiket masuk atraksi, paket wisata dan layanan tambahan. Strategi penetapan harga yang tepat sangat penting untuk menarik

¹⁵ Fristi Bellia Annishia, dkk., “Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Tamu di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta The Effect Of Prices And Facilities On Guest Stay At The Best Western Premier The Hive Hotel Jakarta,” *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata* 4, no. 1 (2019): 1–85.

wisatawan, mengoptimalkan pendapatan dan memastikan keberlanjutan destinasi pariwisata.¹⁶

b. Faktor yang Mempengaruhi Harga

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Swastha dan Irawan, terdapat 7 faktor yang mempengaruhi tingkatan harga seperti:

- 1) Keadaan Perekonomian
- 2) Elastisitas
- 3) Permintaan
- 4) Persaingan
- 5) Biaya
- 6) Tujuan Perusahaan
- 7) Pengawasan Pemerintah.¹⁷

c. Indikator Harga

Terdapat beberapa indikator harga menurut Tjiptono diantaranya:

1) Keterjangkauan Harga

Keterjangkauan harga adalah penerapan harga dari suatu perusahaan yang disesuaikan dengan kemampuan daya beli konsumen.

2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu penerapan harga yang dilakukan perusahaan dan disesuaikan dengan kualitas produk yang di inginkan konsumen.

¹⁶ I Nyoman Tri Sutaguna, dkk., *Pemasaran Destinasi Wisata* (REY MEDIA GRAFIKA, 2024).

¹⁷ Bagus Sarjana, dkk., “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga Perumahan di Kabupaten Buleleng” no. 2 (2018): 356–64.

3) Daya Saing Harga

Daya saing harga merupakan penawaran harga yang dilakukan oleh suatu perusahaan dan bersaing dengan yang diberikan oleh perusahaan lain dengan jenis produk yang sama.

4) Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

Kesesuaian harga dengan manfaat mengacu pada penetapan harga oleh perusahaan yang sebanding dengan nilai atau keuntungan yang diterima konsumen dari produk yang mereka gunakan.¹⁸

2. Fasilitas

Pendit menyatakan bahwa fasilitas wisata adalah komponen penting yang disediakan oleh pengelola destinasi untuk memenuhi kebutuhan dasar wisatawan. Fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan dan kualitas pengalaman berwisata serta mendorong kunjungan ulang.¹⁹

Yoeti mendefinisikan bahwa fasilitas merupakan segala bentuk pelayanan atau infrastruktur yang disediakan untuk menunjang kenyamanan wisatawan saat berkunjung ke suatu tempat wisata. Contohnya meliputi akomodasi, restoran, transportasi, informasi dan pelayanan kesehatan.²⁰ Pengembangan sektor pariwisata sangat bergantung pada adanya infrastruktur yang memadai. Infrastruktur memainkan peran penting karena mendorong perkembangan sektor di bidang pariwisata.²¹

Menurut Baggozi beberapa faktor pendukung fasilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Desain fasilitas
- 2) Nilai fungsi
- 3) Estetika

¹⁸ Sonny Indrajaya, *Manajemen Pemasaran* (Kaizen Media Publishing, 2024).

¹⁹ Nyoman S Pendit, *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana* (Jakarta: Pradnya Paramita, 2002).

²⁰ Oka A Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Bandung: Angkasa Bandung, 1996).

²¹ Suryadi Kadir, Adhitia Pahlawan Putra &Haerini Cahyani, "Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Puncak Kelor Ta Di Kabupaten Bone (Perspektif Pariwisata Syariah)," *YUME : Journal of Management* 7, no. 1 (2024): 737–51.

- 4) Kondisi mendukung
- 5) Peralatan penunjang.²²

Fasilitas wisata biasanya mencakup beberapa aspek yang membantu menilai kualitas dan kelengkapan fasilitas di suatu destinasi wisata. Terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur hal tersebut seperti:

a. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan bentuk kemudahan yang didapatkan oleh pengunjung atau wisatawan dalam menjangkau sebuah destinasi wisata. Dalam penelitian ini bentuk aksesibilitas yang dimaksud adalah seberapa mudah pengunjung untuk mengakses atau menjangkau Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang. Bentuk aksesibilitas lainnya adalah fasilitas parkir yang memadai.

b. Fasilitas Kebersihan

Fasilitas kebersihan merupakan salah satu indikator penilaian dalam fasilitas wisata, pengadaan tempat sampah yang cukup memadai dan teratur akan mendukung kebersihan area sekitar pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

c. Akomodasi

Akomodasi yang memadai akan menjadi salah satu faktor yang membuat pengunjung atau wisatawan akan menghabiskan waktu lebih lama di sebuah objek wisata. Biasanya pengunjung atau wisatawan akan membutuhkan tempat untuk beristirahat atau bahkan tempat tinggal sementara dalam perjalanan wisatanya. Salah satu akomodasi yang tersedia di Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang adalah Villa.

²² Eka Putri Maulidiah, dan Bambang Budiantono, "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Economina* 2, no. 3 (2023): 727–37.

d. Fasilitas Umum

Fasilitas umum yang dimaksud adalah segala bentuk fasilitas yang sering ditemui atau tersedia di tempat wisata lainnya seperti toilet dan kamar mandi, musholla serta ketersediaan air bersih.

e. Pusat Layanan Informasi

Ketersediaan pusat layanan informasi atau layanan pengunjung serta brosur, peta dan petunjuk wisata yang informatif menjadi salah satu indikator penilaian terhadap loyalitas pengunjung.

f. Tempat Makan, Café atau Restoran

Indikator ini mencakup tersedianya pilihan makanan yang menarik serta bagaimana kualitas makanan dan kebersihan tempat makan.

g. Sarana Komunikasi dan Internet

Sarana komunikasi dan internet yang dimaksud adalah adanya sinyal telepon yang memadai dan ketersediaan Wi-Fi di area wisata.²³

3. Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Loyalitas adalah proses panjang dan berkesinambungan dan dipupuk disepanjang hubungan (*relationship*) antara pihak perusahaan dengan pelanggan.²⁴ Loyalitas merupakan jumlah pelanggan yang bertahan sebagai pelanggan yang memiliki komitmen untuk melanjutkan penggunaan pada sebuah jasa atau produk dan sebagai konsumen atau pelanggan yang merekomendasikan produk atau jasa yang kita tawarkan kepada orang lain. Loyalitas merupakan konsistensi pengunjung untuk selalu mengunjungi suatu destinasi, bahkan ketika pesaing menawarkan destinasi baru dengan karakteristik kualitas unggul.

²³ Nuraenun, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Destinasi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Al Fath Stira Paradise Kampung Serang Kabupaten Pinrang" 2024.

²⁴ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pengantar Industri Pariwisata* (Yogyakarta: Deepublish, 2016).

Loyalitas pariwisata mengacu pada kesediaan pelanggan untuk menggunakan produk suatu perusahaan dalam jangka waktu yang lama, bahkan ketika digunakan secara eksklusif, dan untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

a. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas

Simamora mengemukakan setidaknya terdapat tiga faktor yang mempengaruhi loyalitas diantaranya :

- 1) Faktor Rasional, faktor ini adalah faktor yang berhubungan dengan hal-hal yang bisa dijelaskan secara logis, seperti kompensasi, bonus, fasilitas yang diberikan oleh perusahaan.
- 2) Faktor Emosional, faktor ini adalah faktor-faktor yang berkaitan dengan emosi dan ekspresi pribadi. Contohnya termasuk suasana kerja yang mendukung, budaya perusahaan, adanya pemimpin yang karismatik serta rasa aman di tempat kerja.
- 3) Faktor Spiritual, faktor ini merupakan faktor yang berkaitan dengan hubungan yang berdasarkan kepercayaan, seperti kepuasan rohani dan pemimpin yang religius.²⁵

b. Indikator Loyalitas

Menurut Hasan dalam bisnis pariwisata loyalitas wisatawan diukur menggunakan tiga indikator, yakni:

- 1) Niat untuk melanjutkan membeli produk yang serupa (dimensi jangka panjang)
- 2) Membeli lebih banyak produk yang serupa (waktu tinggal lebih lama)
- 3) Adanya keinginan untuk merekomendasikan produk/jasa ke orang lain.²⁶

²⁵ Desi Nur Safitri and Iza Hanifuddin, "Analisis Strategi Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pada Toko Batik Soemowarso Surodikraman Ponorogo," *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 1 (2022): 87–104.

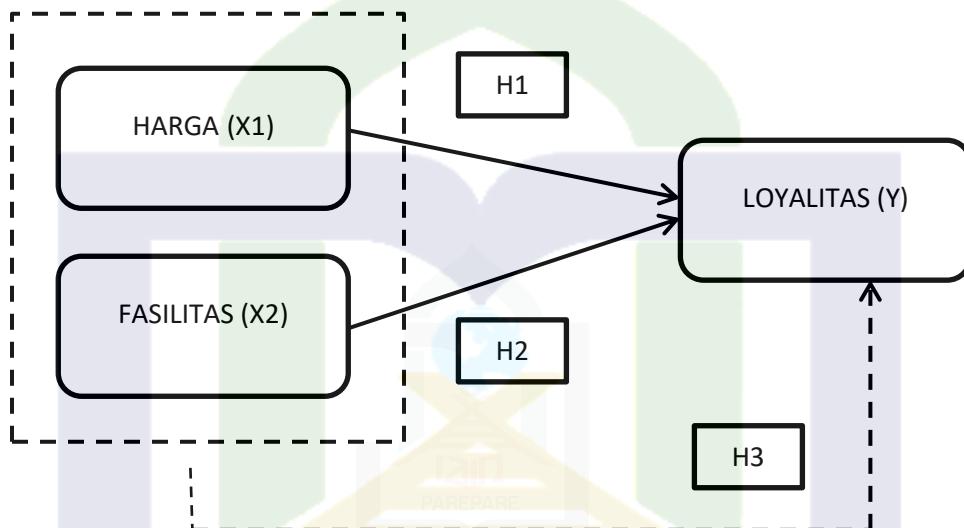
Menurut Bua Indikator dari loyalitas pengunjung diukur dengan empat indikator yang menggambarkan sikap positif dari pengunjung yaitu:

- 1) *Purchase intention* (niat melakukan kunjungan ulang) Indikator pertama loyalitas pengunjung adalah persepsi pengunjung tentang *purchase intention* yaitu keinginan pengunjung yang kuat untuk melakukan kunjungan ulang di Pantai Al Fath Stira Paradise di masa yang akan datang.
- 2) *Word of mouth* (dari mulut ke mulut) Indikator kedua pengukuran loyalitas pengunjung adalah persepsi pengunjung tentang *word of mouth*. *Word of mouth* yang dimaksud adalah pengunjung menceritakan kelebihan dan merekomendasikan Pantai Al Fath Stira Paradise kepada orang lain. Semakin sering pengunjung menceritakan kelebihan dan kualitas Pantai Al Fath Stira Paradise dan merekomendasikannya kepada orang lain, maka semakin tinggi pula loyalitas pengunjung.
- 3) *Price sensitivity* (sensitivitas harga) Indikator ketiga pengukuran loyalitas pengunjung adalah persepsi mereka tentang sensitivitas harga. Sensitivitas harga yang dimaksud adalah ketika pengunjung tidak terpengaruh oleh penawaran harga yang lebih rendah dari pesaing, atau menolak tawaran dari destinasi wisata serupa Pantai Al Fath Stira Paradise.
- 4) *Complaining behavior* (perilaku mengeluh) Indikator loyalitas pengunjung yang keempat adalah pandangan pengunjung tentang tindakan menyampaikan keluhan. Yang dimaksud dengan tindakan menyampaikan keluhan ini adalah ketika pengunjung tidak ragu

²⁶ Zihni Abdul Aziz, Haddy Suprapto and Sudaryoto “Pengaruh Fasilitas Dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung (Survey Pada Pengunjung Wisata Umbul Ponggok Klaten).” (2020)

untuk mengemukakan komplain atau keluhan kepada pihak pengelola. Pantai Al Fath Stira Paradise dimasa yang akan datang ketika merasa tidak puas terhadap kunjungannya karena telah terbangun hubungan (*relationship*) yang baik antara pengunjung dengan pihak pengelola Pantai Al Fath Stira Paradise.²⁷

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

Keterangan :

_____ : secara parsial

----- : secara simultan

Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka dihasilkan kerangka berpikir sebagai berikut :

X₁ : Harga (Variabel Bebas)

Y : Loyalitas Pengunjung
(Variabel Bebas)

X₂ : Fasilitas (Variabel Bebas)

H : Hipotesis

²⁷ Hasanuddin Bua, *Pemasaran Hubungan (Pergeseran Pemikiran Paradigma Pemasaran Transaksional Ke Pemasaran Hubungan)* (Malang: Tunggal Mandiri, 2009).

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan instrumen kerja teori, berupa pernyataan atau jawaban sementara tehadap rumusan masalah dalam suatu penelitian. Suatu hipotesis dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang menghubungkan antara dua variabel atau lebih.

Berdasarkan rumusan masalah penelitian serta kerangka pemikiran yang sebelumnya telah dijelaskan maka penulis mengambil hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pengunjung

H_{a1} : Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

H_{01} : Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

2. Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Loyalitas Pengunjung

H_{a2} : Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

H_{02} : Fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

3. Pengaruh Harga dan Fasilitas Wisata Terhadap Loyalitas Pengunjung

H_{a3} : Harga dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

H_{03} : Harga dan Fasilitas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan dari permasalahan yang diteliti, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif atau menggunakan pendekatan kuantitatif. Hal ini berarti semua informasi atau data diwujudkan dalam angka yang analisisnya berdasarkan analisis statistik.²⁸ Penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode deskriptif yang merupakan salah satu macam metode penelitian kuantitatif dengan suatu rumusan masalah yang menggunakan penelitian untuk mengeksplor serta memotret situasi sosial yang diteliti secara keseluruhan, luas, dan mendalam.²⁹ Metode penelitian kuantitatif seperti metode deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan secara terstruktur fakta maupun karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat.

Dan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara harga dan fasilitas terhadap loyalitas pegunjung peneliti mengkaji dua hubungan variabel yaitu:

1) Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel ini merupakan variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan harga dan fasilitas sebagai variabel bebas yang diberi symbol X. Harga sebagai X_1 dan Fasilitas sebagai X_2 .

²⁸ Muhammad Haris Syafitri, dkk., “Pengaruh Motivasi Terhadap Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan PT. Mektek Tanjung Lestari Kabupaten Tabalong,” *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan* 3, no. 1 (2024): 77–90.

²⁹ Agus Rustamana, dkk., “Penelitian Metode Kuantitatif,” *Sindoro Cendikia Pendidikan* 5, no. 6 (2024): 1–10.

2) Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi dan menjadi sebuah akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel yang terikat adalah loyalitas pengunjung yang diberi symbol Y.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise yang bertempat di Kabupaten Pinrang, dimulai dari tanggal 17 Januari sampai 16 Februari 2025.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merujuk pada keseluruhan elemen yang menjadi fokus dalam suatu penelitian, baik itu objek maupun subjek, yang memiliki ciri dan karakteristik spesifik. Pada dasarnya, populasi mencakup seluruh anggota dari suatu kelompok bisa berupa manusia, hewan, peristiwa, atau benda yang berada dalam satu lokasi dan secara sengaja dijadikan target untuk penarikan kesimpulan dari hasil akhir penelitian. Contoh populasi beragam, meliputi guru, siswa, kurikulum, fasilitas, institusi sekolah, hubungan antara sekolah dan masyarakat, karyawan perusahaan, spesies tanaman hutan, varietas padi, aktivitas pemasaran, hasil produksi, dan lain-lain.³⁰ Populasi yang digunakan adalah seluruh pengunjung di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

b. Sampel

Secara sederhana, sampel dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang dijadikan sumber data yang sebenarnya dalam sebuah penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah separuh dari populasi yang mewakili

³⁰ Nur Fadilah Amin, dkk., “Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian,” *Jurnal Pilar* 14, no. 1 (2023): 15–31.

seluruh populasi.³¹ Metode yang digunakan di penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu menentukan sampel dengan kriteria-kriteria tertentu dan dapat mewakili populasi. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling* dengan menggunakan 100 orang pengunjung yang merupakan sebagian dari pengunjung objek wisata di Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner (angket), hal ini agar peneliti dapat memperoleh data yang lengkap dan transparan. Kuesioner (angket) merupakan instrumen penelitian yang berupa merupakan pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan secara tertulis yang harus dijawab atau diisi oleh responden berdasarkan dengan petunjuk pengisiannya. Metode kuesioner ini digunakan untuk memperoleh data mengenai harga dan fasilitas wisata terhadap loyalitas pengunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

2. Pengelolaan Data

Pengelolaan data merupakan cara atau proses dalam menghasilkan suatu ringkasan atau angka ringkasan menggunakan rumus tertentu. Data primer yang telah didapatkan nantinya akan diolah dengan menggunakan pengolahan data sehingga menjadi data yang lebih halus. Teknik pengolahan data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu dengan menggunakan program *Statistic Package for the Social Science (SPSS) Statistic*.

³¹ Desman Serius Nazara, "Pengaruh Periklanan Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Tricomsel Gunungsitoli," *Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* 9, no. 3 (2021): 1400.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi Definisi operasional merujuk pada upaya penetapan variabel secara jelas dan terukur. Definisi operasional mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati guna memudahkan peneliti melakukan observasi secara jelas terhadap suatu objek penelitian. Melalui definisi operasional, secara implisit ditunjukkan alat ukur yang tepat untuk pengambilan data sesuai dengan variabel yang diukur. Dengan demikian, definisi operasional membantu dalam menetapkan parameter sebagai ukuran dalam penelitian.³²

Terdapat beberapa variabel dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas seringkali disebut sebagai variabel *independent*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel terikat.³³ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah harga dan fasilitas wisata.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah nilai yang bisa diukur dalam suatu penelitian dan faktor apa yang dapat mempengaruhinya. Dengan kata lain, Variabel terikat adalah variabel yang bergantung atau yang diakibatkan oleh adanya variabel bebas.³⁴ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah loyalitas pengunjung.

³² Febri Endra, *Pedoman Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)* (Malang: Zifatama Jawara, 2017).

³³ Sandu Siyoto and Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

³⁴ Hironymus Ghodang and Hantono, *Metode Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi Dan Jalur Dengan SPSS)* (Medan: PT. Penerbit Mitra Grup, 2020).

Untuk lebih memudahkan menafsirkan judul penelitian, maka peneliti membagi kedalam beberapa variabel berserta skala pengukuran data yang akan digunakan seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Harga (X₁)	Harga yang dimaksud adalah seberapa besar kemampuan harga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung ketika harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas atau pengalaman yang didapatkan ketika berkunjung ke Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang yang kemudian akan mendorong loyalitas.	Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.	Tjiptono (2019)
Fasilitas (X₂)	Bentuk fasilitas yang dimaksud adalah segala kelengkapan penunjang untuk memenuhi kebutuhan pengunjung atau wisatawan yang berbentuk fisik dan memenuhi segala indikator-indikator fasilitas sehingga mampu dikatakan layak di Pantai Al Fath Stira Paradise.	Aksesibilitas, fasilitas kesehatan, akomodasi, fasilitas umum, pusat layanan infomasi, tempat makan, café atau restoran, sarana komunikasi dan internet.	Nurainun (2024)
Loyalitas Pengunjung	Loyalitas pengunjung yang dimaksud adalah	<i>Purchase Intention</i> (niat melakukan	Hasanuddin Bua (2009)

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
(Y)	seberapa besar keinginan pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang dan seberapa besar kemampuan pengunjung untuk melakukan promosi atau penawaran terhadap variabel X yakni harga (X_1) dan fasilitas wisata (X_2) dari Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang kepada orang lain.	transaksi), <i>Word of Mouth</i> (dari mulut ke mulut), <i>Price Sensitivity</i> (sensitifitas harga), <i>Complaining Behavior</i> (perilaku mengeluh).	

F. Instrumen Penelitian

Berbicara tentang metode pengumpulan data dan jenis alatnya sebenarnya tidak ada bedanya dengan membahas masalah evaluasi. Evaluasi juga menyangkut pelaksanaan, pengukuran, sehingga evaluasi tidak lain hanyalah memperoleh data tentang keadaan sesuatu dibandingkan dengan suatu standar atau pengukuran tertentu. Berdasarkan pengertian di atas, maka jika kita berbicara tentang metode atau alat atau jenis instrumen pengumpulan data, maka sama saja atau setidaknya hampir sama seluruhnya dengan berbicara tentang alat penilaian.

Berdasarkan pengertian di atas bahwa instrumen tidak ubahnya dari evaluasi, maka instrumen ialah pengumpulan data atau cara yang dipakai untuk mengumpulkan data yang ingin dikelola. Adapun instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner yang dibuat oleh peneliti dan dibagikan kepada responden dalam hal ini pengunjung objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang sebagai responden. Instrumen penelitian ini dirancang untuk memberikan data yang akurat dan menggunakan alat ukur yang disebut skala *likert* yang terdiri dari lima opsi pertanyaan dengan penilaian sebagai berikut:

Tabel 3.2 Pengukuran Skala *Likert*

Pertanyaan	Keterangan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Angket

Variabel Penelitian	Indikator	Pernyataan
Harga (X_1)	a. Keterjangkauan Harga	<p>1. Harga tiket masuk yang ditawarkan dapat dijangkau oleh semua kalangan.</p> <p>3. Harga makanan yang dijual terjangkau.</p> <p>4. Berkunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar.</p>
	b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	<p>1. Harga yang ditetapkan sebanding dengan kualitas fasilitas yang disediakan di Pantai Al Fath Stira Paradise.</p> <p>2. Harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas produk dan layanan di Pantai Al Fath Stira Paradise.</p>
	c. Daya Saing Harga	<p>1. Pantai Al Fath Stira Paradise menawarkan harga yang sesuai dibandingkan dengan destinasi wisata pantai lain.</p> <p>2. Pengunjung memilih Pantai Al Fath Stira Paradise karena memberikan harga yang lebih sesuai daripada objek wisata</p>

		lain dengan fasilitas yang sama.
	d. Kesesuaian Harga dengan Manfaat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang dibayar oleh pengunjung sepadan dengan pengalaman yang didapatkan. 2. Harga yang dibayar oleh pengunjung sesuai dengan fasilitas yang didapatkan di Pantai Al Fath Stira Paradise.
Fasilitas (X ₂)	a. Aksesibilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pantai Al fath Stira Paradise dapat dengan mudah di akses oleh kendaraan. 2. Fasilitas parkir aman dan memadai di Pantai Al Fath Stira Paradise.
	3. Fasilitas Kebersihan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat sampah yang cukup dan teratur. 2. Kebersihan area sekitar terjaga dengan baik.
	4. Akomodasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tersedia penginapan atau villa di area sekitar Pantai Al Fath Stira Paradise.
	5. Fasilitas Umum	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat Gazebo yang memadai, lokasi panahan dan motor ATV yang aman. 2. Toilet atau kamar mandi bersih 3. Tersedia Musholla dan air bersih. 4. Tersedia tempat penyewaan alat camping yang lengkap.
	6. Pusat Layanan Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pusat informasi atau layanan pengunjung. 2. Tersedia brosur, peta dan petunjuk wisata yang informatif di Pantai Al Fath Stira Paradise.
	7. Tempat Makan, Café atau Restoran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pilihan makanan yang bervariasi. 2. Kualitas makanan dan kebersihan tempat makan terjaga.

Loyalitas (Y)	a. <i>Purchase Intention</i> (niat melakukan kunjungan ulang)	Saya akan melakukan kunjungan ulang di Pantai Al Fath Stira Paradise.
	b. <i>Word of Mouth</i> (dari mulut ke mulut)	Saya akan merekomendasikan Pantai Al Fath Stira Paradise kepada orang lain.
	c. <i>Price Sensitivity</i> (sensitifitas harga)	Saya akan tetap memilih Pantai Al Fath Stira Paradise sebagai tujuan wisata saya dibanding objek wisata lain yang lebih murah.
	d. <i>Complaining Behavior</i> (perilaku mengeluh)	Saya akan menyampaikan keluhan dan komplain kepada pihak pengelola ketika saya merasa tidak puas saat berkunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode atau cara untuk mengolah data menjadi informasi yang kemudian dengan karakteristiknya, data ini menjadi mudah dipahami dan membantu dalam menemukan solusi masalah, khususnya dalam konteks penelitian. Selain itu, analisis data juga bisa didefinisikan sebagai aktivitas yang dilakukan untuk mengubah data dari sebuah penelitian menjadi informasi yang relevan untuk pengambilan kesimpulan.³⁵ Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini kemudian akan dianalisis dan di uji dengan beberapa pengujian sebagai berikut:

1. Uji Instrumen

Dalam melakukan uji instrumen dapat dilakukan dengan uji validitas dan uji reabilitas.

³⁵ Karimuddin Abdullah, dkk., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yayasan Penerbit Muhammad Zaini), 2022.

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai seberapa akurat suatu pengujian telah menjalankan fungsinya, yaitu apakah instrumen pengukuran yang disusun benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Pada intinya, uji validitas mengukur keabsahan setiap pertanyaan atau pernyataan yang dipakai dalam penelitian. Dalam praktik penelitian, data sekunder tidak perlu melakukan uji validitas.³⁶ Berikut adalah tabel hasil uji validitas untuk 30 responden:

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas 30 Responden Variabel Harga (X1)

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Harga (X1)	1	0,838	0,3610	Valid
	2	0,748	0,3610	Valid
	3	0,707	0,3610	Valid
	4	0,818	0,3610	Valid
	5	0,890	0,3610	Valid
	6	0,789	0,3610	Valid
	7	0,629	0,3610	Valid
	8	0,691	0,3610	Valid
	9	0,873	0,3610	Valid

Sumber: Data Olahan IBM SPSS versi 26, 2025

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas 30 Responden Variabel Fasilitas (X2)

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Fasilitas (X2)	1	0,716	0,3610	Valid
	2	0,777	0,3610	Valid
	3	0,606	0,3610	Valid
	4	0,659	0,3610	Valid
	5	0,875	0,3610	Valid
	6	0,871	0,3610	Valid
	7	0,506	0,3610	Valid

³⁶ Budi Darma, Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (*Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2*) (DKI Jakarta: GUEPEDIA, 2021).

	8	0,759	0,3610	Valid
	9	0,861	0,3610	Valid
	10	0,567	0,3610	Valid
	11	0,514	0,3610	Valid
	12	0,827	0,3610	Valid
	13	0,724	0,3610	Valid

Sumber: Data Olahan IBM SPSS versi 26, 2025

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas 30 Responden Variabel Loyalitas Pengunjung (Y)

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Loyalitas Pengunjung (Y)	1	0,899	0,3610	Valid
	2	0,861	0,3610	Valid
	3	0,825	0,3610	Valid
	4	0,722	0,3610	Valid

Sumber: Data Olahan IBM SPSS versi 26, 2025

Dari uji ini diketahui, item-item pernyataan yang diajukan dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden yang sebenarnya dan menyempurnakan kuesioner tersebut. Guna menentukan layak atau tidaknya item yang akan digunakan setiap pernyataan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% untuk di uji apakah valid atau tidak. Hasil uji validitas yang dilakukan terhadap tiga variabel penelitian di atas menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan secara keseluruhan diperoleh nilai dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5%. Maka dari itu semua item pernyataan pada variabel harga (X_1), fasilitas (X_2) dan loyalitas pengunjung (Y) adalah valid dan layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Tujuan uji reliabilitas instrumen adalah untuk menilai akurasi, keandalan, konsistensi, kestabilan, atau dependabilitas dari instrumen

pengukuran yang digunakan. Suatu alat ukur dianggap reliabel atau terpercaya jika alat tersebut stabil, dapat diandalkan, dan berguna dalam prediksi. Artinya, data yang dikatakan reliabel adalah data yang berasal dari alat ukur yang menghasilkan output serupa meski diulang berkali-kali oleh peneliti yang berbeda. Uji reliabilitas bisa dilaksanakan secara bersamaan untuk seluruh item pertanyaan.. Jika nilai Alpha $> 0,60$, maka reliable.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik berfungsi memastikan apakah persamaan regresi yang dihasilkan sudah terdapat dalam penelitian, tidak menyimpang dan tidak berubah-ubah. Pengujian ini harus dilakukan sebelum melakukan uji regresi. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan pada penelitian ini yakni uji normalitas.

Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui nilai residual apakah berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk mengamati penyebaran data pada diagram atau grafik *Normal P-Plot (normal Probability Plot)* kemudian plotting data residual akan dibandingkan dengan distribusi normal apabila garis dari data yang dimasukkan akan mengikuti garis diagonal pada grafik *Normal P-Plot*.³⁷

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen harga (X_1) dan fasilitas (X_2) terhadap loyalitas pengunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise

³⁷ Imam Ghazali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*,” (Semarang; Program Magister UNDIP, 2005, h.110.

Kabupaten Pinrang. Persamaan regresi berganda umumnya terlihat seperti berikut:

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

Keterangan:

Y : Loyalitas Pengunjung

A : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi dari X_1

b_2 : Koefisien regresi dari X_2

X_1 : Harga

X_2 : Fasilitas

e : Kesalahan berdistribusi normal dengan rata-rata 0 (eror)

b. Uji Parsial (uji-t)

Pengujian ini dilakukan guna menguji pengaruh masing-masing variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel harga dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas pengunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

$H_a : \beta = 0$, artinya variabel harga dan fasilitas berpengaruh terhadap variabel loyalitas pengunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

Kriteria uji yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ pada tingkat signifikansi 5% maka kesimpulannya bahwa H_0 di tolak, artinya variabel harga dan fasilitas secara individual berpengaruh terhadap variabel loyalitas pengunjung.
- Apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ pada tingkat signifikansi 5% maka kesimpulannya bahwa H_a di tolak, artinya variabel harga dan

fasilitas tidak berpengaruh secara individual terhadap variabel loyalitas pengunjung.

c. Uji Simultan (uji-f)

Uji sinultan dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruhnya terhadap variabel dependen dan semua variabel independen secara bersama. Hipotesis uji simultas dirumuskan sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$, tidak ada pengaruh variabel harga dan fasilitas terhadap loyalitas pengunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

$H_a : \beta = 0$, ada pengaruh variabel harga dan fasilitas terhadap minat loyalitas pengunjung di Pantai al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

Pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- a) Apabila nilai $F_{hitung} > f_{tabel}$ pada tingkat signifikan 5%, maka kesimpulannya bahwa H_0 ditolak, artinya secara simultan variabel harga dan fasilitas berpengaruh terhadap variabel loyalitas pengunjung.
- b) Apabila nilai $F_{hitung} < f_{tabel}$ pada tingkat signifikan 5%, maka kesimpulannya bahwa H_a ditolak, artinya secara simultan variabel harga dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas pengunjung.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Widarjono, Uji Koefisien Determinasi (R-Squared) merupakan uji untuk menggambarkan besaran proporsi variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Selain itu, uji koefisien determinasi juga dapat digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang dimiliki. Apabila nilai koefisien

determinasi (R-squared) pada suatu estimasi mendekati angka satu (1), maka dapat dipastikan bahwa variabel dependen dijelaskan dengan baik oleh variabel independennya. Dan sebaliknya, apabila koefisien determinasi (R-Squared) menjauhi angka satu(1) atau mendekati angka nol(0), maka semakin kurang baik variabel independen menjelaskan variabel dependennya.³⁸



³⁸ Muhamad, "Metodologi Penelitian," 2019, 34–44.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Deskripsi Jawaban Responden

Populasi dalam penelitian ini merupakan semua orang yang pernah mengunjungi atau pernah merasakan pelayanan serta fasilitas-fasilitas di Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang. Dengan sampel sebanyak 100 data responden yang dikumpulkan menggunakan metode kuesioner atau angket.

a. Jawaban Responden Terhadap Harga (X₁)

Tabel 4.1 Jawaban Responden Terhadap Harga (X₁)

Variabel	Item Pernyataan	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Variabel Harga X ₁	1	34	34.0%	49	49.0%	14	14.0%	1	1.0%	2	2.0%
	2	24	24.0%	37	37.0%	27	27.0%	10	10.0%	2	2.0%
	3	28	28.0%	41	41.0%	23	23.0%	5	5.0%	3	3.0%
	4	20	20.0%	56	56.0%	15	15.0%	6	6.0%	3	3.0%
	5	26	26.0%	49	49.0%	19	19.0%	4	4.0%	2	2.0%
	6	22	22.0%	45	45.0%	26	26.0%	6	6.0%	1	1.0%
	7	11	11.0%	54	54.0%	25	25.0%	6	6.0%	4	4.0%
	8	27	27.0%	50	50.0%	21	21.0%	2	2.0%	0	0%
	9	23	23.0%	53	53.0%	20	20.0%	4	4.0%	0	0%

Dapat diperhatikan pada tabel 4.1 di atas bahwa item pernyataan 1 terdapat 34 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 34.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 49 responden dengan persentase 49.0%, yang memberikan jawaban netral 14 responden dengan persentase 14.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 1 responden dengan persentase 1.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak

setuju yakni 2 responden dengan persentase 2.0%. Pada item pernyataan 2 terdapat 24 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase 24.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 37 responden dengan persentase 37.0%, yang memberikan jawaban netral 27 responden dengan persentase 27.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 10 responden dengan persentase 10.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 2 responden dengan persentase 2.0%. Pada item pernyataan 3 terdapat 28 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 28.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 41 responden dengan persentase 41.0%, yang memberikan jawaban netral 23 responden dengan persentase 23.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 5 responden dengan persentase 5.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 3 responden dengan persentase 3.0%.

Pada item pernyataan 4 terdapat 20 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 20.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 56 responden dengan persentase 56.0%, yang memberikan jawaban netral 15 responden dengan persentase 15.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 6 responden dengan persentase 6.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 3 responden dengan persentase 3.0%. pada item pernyataan 5 terdapat 26 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 26.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 49 responden dengan persentase 49.0%, yang memberikan jawaban netral 19 responden dengan persentase 19.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 4 responden dengan persentase 4.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 2 responden dengan persentase 2.0%. Pada item pernyataan 6 terdapat 22 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 22.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 45 responden dengan persentase 45.0%, yang memberikan jawaban netral 26 responden dengan persentase 26.0%, kemudian

yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 6 responden dengan persentase 6.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 4 responden dengan persentase 4.0%.

Pada item pernyataan 7 terdapat 11 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 11.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 54 responden dengan persentase 54.0%, yang memberikan jawaban netral 25 responden dengan persentase 25.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 6 responden dengan persentase 6.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 4 responden dengan persentase sebesar 4.0%. Pada item pernyataan 8 terdapat 27 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 27.0%, yang memberikan jawaban setuju 50 responden dengan persentase sebesar 50.0%, yang memberikan jawaban netral 21 responden dengan persentase 21.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 2 responden dengan persentase 2.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 0 responden. Pada item pernyataan 9 terdapat 23 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 23.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 53 responden dengan persentase 53.0%, yang memberikan jawaban netral 20 responden dengan persentase 20.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 4 responden dengan persentase 4.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 0 responden.

b. Jawaban Responden Terhadap Fasilitas (X₂)

Tabel 4.2 Jawaban Responden Terhadap Fasilitas (X₂)

Variabel	Item Pernyataan	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Variabel Fasilitas X ₂	1	41	41.0%	46	46.0%	8	8.0%	2	2.0%	3	3.0%
	2	42	42.0%	41	41.0%	13	13.0%	3	3.0%	1	1.0%
	3	35	35.0%	41	41.0%	17	17.0%	4	4.0%	3	3.0%

	4	25	25.0%	54	54.0%	17	17.0%	4	4.0%	0	0%
	5	31	31.0%	48	48.0%	17	17.0%	1	1.0%	3	3.0%
	6	23	23.0%	56	56.0%	15	15.0%	5	5.0%	1	1.0%
	7	22	22.0%	41	41.0%	29	29.0%	6	6.0%	2	2.0%
	8	39	39.0%	45	45.0%	13	13.0%	1	1.0%	2	2.0%
	9	21	21.0%	56	56.0%	16	16.0%	4	4.0%	3	3.0%
	10	21	21.0%	47	47.0%	26	26.0%	4	4.0%	2	2.0%
	11	27	27.0%	39	39.0%	26	26.0%	7	7.0%	1	1.0%
	12	20	20.0%	57	57.0%	17	17.0%	5	5.0%	1	1.0%
	13	28	28.0%	41	41.0%	25	25.0%	5	5.0%	1	1.0%

Pada item pernyataan 1 terdapat 41 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 41.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 46 responden dengan persentase 46.0%, yang memberikan jawaban netral 8 responden dengan persentase 8.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 2 responden dengan persentase 2.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 3 responden dengan persentase sebesar 3.0%. Pada item pernyataan 2 terdapat 42 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 42.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 41 responden dengan persentase 41.0%, yang memberikan jawaban netral 13 responden dengan persentase 13.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 3 responden dengan persentase 3.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 1 responden dengan persentase sebesar 1.0%. Pada item pernyataan 3 terdapat 35 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 35.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 41 responden dengan persentase 41.0%, yang memberikan jawaban netral 17 responden dengan persentase 17.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 4 responden dengan persentase

4.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 3 responden dengan persentase sebesar 3.0%

Pada item pernyataan 4 terdapat 25 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 25.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 54 responden dengan persentase 54.0%, yang memberikan jawaban netral 17 responden dengan persentase 17.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 4 responden dengan persentase 4.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 0 responden. Pada item pernyataan 5 terdapat 31 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 31.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 48 responden dengan persentase 48.0%, yang memberikan jawaban netral 17 responden dengan persentase 17.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 1 responden dengan persentase 1.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 3 responden dengan persentase sebesar 3.0%.

Pada item pernyataan 6 terdapat 23 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 23.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 56 responden dengan persentase 56.0%, yang memberikan jawaban netral 15 responden dengan persentase 15.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 5 responden dengan persentase 5.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 1 responden dengan persentase sebesar 1.0%

Pada item pernyataan 7 terdapat 22 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 22.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 41 responden dengan persentase 41.0%, yang memberikan jawaban netral 29 responden dengan persentase 29.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 6 responden dengan persentase 6.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 2 responden dengan persentase sebesar 2.0%. Pada item pernyataan 8 terdapat 39 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 39.0%, yang memberikan

jawaban setuju sebanyak 45 responden dengan persentase 45.0%, yang memberikan jawaban netral 13 responden dengan persentase 13.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 1 responden dengan persentase 1.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 2 responden dengan persentase sebesar 2.0%. Pada item pernyataan 9 terdapat 21 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 21.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 56 responden dengan persentase 56.0%, yang memberikan jawaban netral 16 responden dengan persentase 16.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 4 responden dengan persentase 4.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 3 responden dengan persentase sebesar 3.0%.

Pada item pernyataan 10 terdapat 21 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 21.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 47 responden dengan persentase 47.0%, yang memberikan jawaban netral 26 responden dengan persentase 26.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 4 responden dengan persentase 4.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 2 responden dengan persentase sebesar 2.0%. Pada item pernyataan 11 terdapat 27 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 27.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 39 responden dengan persentase 39.0%, yang memberikan jawaban netral 26 responden dengan persentase 26.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 7 responden dengan persentase 7.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 1 responden dengan persentase sebesar 1.0%.

Pada item pernyataan 12 terdapat 20 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 20.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 57 responden dengan persentase 57.0%, yang memberikan jawaban netral 17 responden dengan persentase 17.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 5 responden dengan persentase 5.0% dan yang

memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 1 responden dengan persentase sebesar 1.0%. Pada item pernyataan 13 terdapat 28 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 28.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 41 responden dengan persentase 41.0%, yang memberikan jawaban netral 25 responden dengan persentase 25.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 5 responden dengan persentase 5.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 1 responden dengan persentase sebesar 1.0%.

c. Jawaban Responden Terhadap Loyalitas Pengunjung (Y)

Tabel 4.3 Jawaban Responden Terhadap Loyalitas Pengunjung (Y)

Variabel	Item Pernyataan	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Variabel Loyalitas Y	1	23	23.0%	54	54.0%	17	17.0%	6	6.0%	0	0%
	2	36	36.0%	45	45.0%	13	13.0%	6	6.0%	0	0%
	3	22	22.0%	41	41.0%	28	28.0%	9	9.0%	0	0%
	4	21	21.0%	57	57.0%	18	18.0%	3	3.0%	1	1.0%

Pada item pernyataan 1 terdapat 23 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 23.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 54 responden dengan persentase 54.0%, yang memberikan jawaban netral 17 responden dengan persentase 17.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 6 responden dengan persentase 6.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 0 responden. Pada item pernyataan 2 terdapat 36 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 36.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 45 responden dengan persentase 45.0%, yang memberikan jawaban netral 13 responden dengan persentase 13.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 6 responden dengan persentase 6.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 0 responden.

Pada item pernyataan 3 terdapat 22 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 22.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 41 responden dengan persentase 41.0%, yang memberikan jawaban netral 28 responden dengan persentase 28.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 9 responden dengan persentase 9.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 0 responden. Pada item pernyataan 4 terdapat 21 responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar 21.0%, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 57 responden dengan persentase 57.0%, yang memberikan jawaban netral 18 responden dengan persentase 18.0%, kemudian yang memberikan jawaban tidak setuju yakni 3 responden dengan persentase 3.0% dan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju yakni 1 responden dengan persentase sebesar 1.0%.

2. Karakteristik Responden

Seluruh data responden yang diperoleh dari penelitian ini dapat dikategorikan sebagai berikut:

- Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			Cumulative Percent
	Frequency	Percent	Valid Percent		
Valid	Laki-Laki	32	32.0	32.0	32.0
	Perempuan	68	68.0	68.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data olahan SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.4 Di atas terdapat 32 responden laki-laki dengan persentase 32% dan 68 responden perempuan dengan persentase 68.0% dengan total keseluruhan responden sebanyak 100 orang. Maka diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang paling banyak yaitu perempuan.

b. Karakteristik Berdasarkan Umur

Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Umur

		Umur		Cumulative Percent	
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	> 35 (lebih dari 35 tahun)	4	4.0	4.0	4.0
	15-25	63	63.0	63.0	67.0
	26-35	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data olahan IBM SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan data dari tabel 4.5 Maka dapat diketahui bahwa responden yang berumur rata-rata 35 atau lebih dari 35 tahun berjumlah 4 orang dengan persentase 4.0%, responden yang berumur rata-rata 15-25 tahun sebanyak 63 orang dengan persentase 63.0%, responden yang berumur 26-35 tahun sebanyak 33 orang dengan persentase 33.0%. Maka, karakteristik responden terbanyak berdasarkan umur yaitu responden dengan umur rata-rata 15-25 karena memiliki responden sebanyak 63 orang.

c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Pendidikan Terakhir		Cumulative Percent	
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	SMA/SMK	55	55.0	55.0	55.0
	D3	3	3.0	3.0	58.0
	D4/S1	39	39.0	39.0	97.0
	S2	1	1.0	1.0	98.0
	SMP	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data olahan IBM SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan data pada tabel 4.6 Diperoleh karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yaitu responden dengan tamatan SMA/SMK

sebanyak 55 orang dengan persentase 55.0%, responden tamatan D3 sebanyak 3 orang dengan persentase 3.0%, responden tamatan D4/S1 sebanyak 39 orang dengan persentase 39.0%, responden tamatan S2 sebanyak 1 orang dengan persentase 1.0% dan responden tamatan SMP 2 orang dengan persentase 2.0%. Maka, berdasarkan perolehan data di atas karakteristik responden yang terbanyak adalah responden tamatan SMA/SMK sebanyak 55 orang.

B. Pengujian Persyaratan Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur apakah instrumen yang digunakan valid atau tidak. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dapat dikatakan valid, sedangkan jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dianggap tidak valid. Setiap pernyataan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% untuk di uji apakah valid atau tidak. Dalam penelitian ini digunakan 100 responden, untuk menentukan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dengan sampel 100 responden menggunakan cara berikut:

$$df = n-2$$

$$df = 100-2 = df = 98$$

a. Uji Validitas Harga (X_1)

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Harga (X_1)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Harga	1	0,779	0,196	Valid
	2	0,585	0,196	Valid
	3	0,632	0,196	Valid
	4	0,716	0,196	Valid
	5	0,711	0,196	Valid
	6	0,707	0,196	Valid
	7	0,602	0,196	Valid
	8	0,610	0,196	Valid
	9	0,750	0,196	Valid

Sumber: Data Olahan IBM SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas harga (X_1) pada tabel 4.7 dengan item pernyataan sebanyak 9 butir pernyataan, diperoleh hasil secara keseluruhan nilai dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5%. Maka dari itu semua item pernyataan pada variabel harga (X_1) valid dan layak sebagai instrumen dalam penelitian ini.

b. Uji Validitas Fasilitas (X_2)

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Fasilitas (X_2)

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Fasilitas	1	0,646	0,196	Valid
	2	0,646	0,196	Valid
	3	0,551	0,196	Valid
	4	0,622	0,196	Valid
	5	0,772	0,196	Valid
	6	0,570	0,196	Valid
	7	0,537	0,196	Valid
	8	0,729	0,196	Valid
	9	0,697	0,196	Valid
	10	0,589	0,196	Valid
	11	0,635	0,196	Valid
	12	0,694	0,196	Valid
	13	0,640	0,196	Valid

Sumber: Data Olahan IBM SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas fasilitas (X_2) pada tabel 4.8 dengan item pernyataan sebanyak 13 butir pernyataan, diperoleh hasil secara keseluruhan nilai dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5%. Maka dari itu semua item pernyataan pada variabel fasilitas (X_2) valid dan layak sebagai instrumen dalam penelitian ini.

c. Uji Validitas Loyalitas Pengunjung (Y)

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pengunjung (Y)

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Loyalitas Pengunjung	1	0,789	0,196	Valid
	2	0,772	0,196	Valid
	3	0,803	0,196	Valid
	4	0,649	0,196	Valid

Sumber: Data Olahan IBM SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas loyalitas pengunjung (Y) pada tabel 4.9 dengan item pernyataan sebanyak 4 butir pernyataan, diperoleh hasil secara keseluruhan nilai dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,196) dengan taraf signifikansi 5%. Maka dari itu semua item pernyataan pada variabel loyalitas pengunjung (Y) valid dan layak sebagai instrumen dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah sebuah instrumen penelitian itu reliabel apabila digunakan untuk mengukur objek yang sama maka hasilnya tetap sama pula. Apabila nilai dari $Cronbach's\ Alpha > 0,60$ maka item pernyataan dikatakan reliabel sebaliknya, jika nilai dari $Cronbach's\ Alpha < 0,6$ maka item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah tidak reliabel . Berikut merupakan hasil uji reliabilitas dari tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Batas	Keterangan
1	Harga (X ₁)	0,848	0,60	Reliabel
2	Fasilitas(X ₂)	0,879	0,60	Reliabel
3	Loyalitas Pengunjung (Y)	0,748	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan IBM SPSS versi 26, 2025

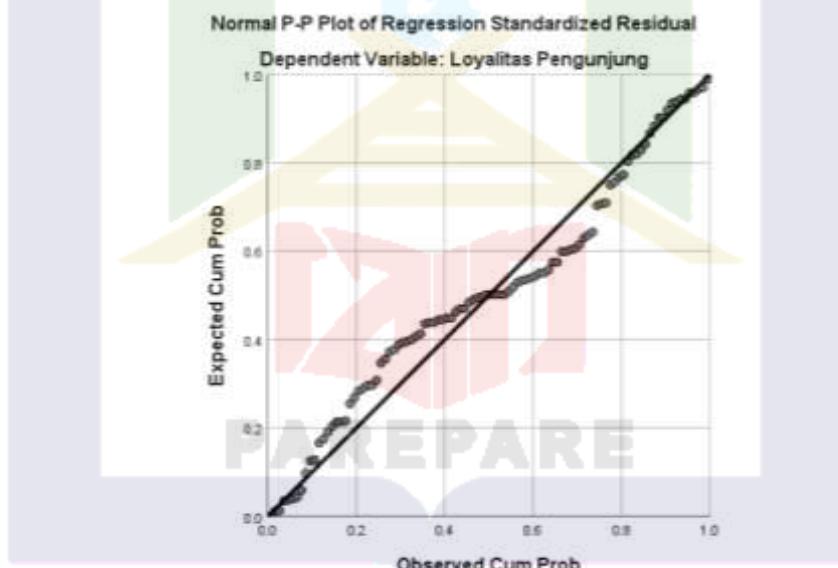
Dari hasil uji reliabilitas pada tabel 4.10 menunjukkan semua variabel yang di uji yakni harga (X₁), fasilitas (X₂) dan loyalitas pengunjung (Y)

memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Dengan demikian semua pernyataan yang digunakan untuk setiap variabel dalam penelitian ini adalah reliabel dan instrumen tersebut layak untuk digunakan.

3. Uji Asumsi Klaksik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui nilai residual apakah berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk mengamati penyebaran data pada diagram atau grafik *Normal P-Plot (normal Probability Plot)* kemudian plotting data residual akan dibandingkan dengan distribusi normal apabila garis dari data yang dimasukkan akan mengikuti garis diagonal pada grafik *Normal P-Plot*³⁹

Gambar 4.1 Grafik Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data Olahan IBM SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan grafik pada gambar dapat dilihat penyebaran titik-titik data mengikuti garis diagonal grafik Normal P-Plot. Maka dapat diketahui

³⁹Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS," (Semarang; Program Magister UNDIP), 2005, h.110.

bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal dan layak digunakan untuk mengukur pengaruh harga dan fasilitas terhadap loyalitas pengunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise.

C. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari harga sebagai X_1 dan fasilitas sebagai X_2 terhadap loyalitas pengunjung (Y). Untuk mengetahui hasil analisis regresi linear berganda digunakan rumus berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	Coefficients ^a			t	Sig.		
		Unstandardized Coefficients		Beta				
		Coefficients	Std. Error					
1	(Constant)	.953	1.072		.890	.376		
	Harga	.117	.047	.249	2.511	.014		
	Fasilitas	.207	.034	.602	6.064	.000		

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

Sumber: Data Olahan IBM SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan uji analisis regresi linear berganda pada tabel 4.11 diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0,953 + 0,117 + 0,207 + 0,05$$

Hasil persamaan regresi berganda diatas kemudian dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 0,953, hal ini menunjukkan bahwa jika nilai variabel harga (X_1) dan fasilitas (X_2) diasumsikan memiliki nilai 0 maka nilai dari loyalitas pengunjung (Y) adalah sebesar 0,953.

- b) Nilai koefisien regresi harga sebesar 0,117, hal ini menunjukkan bahwa jika ada peningkatan sebesar 1% pada variabel harga (X_1) maka akan memberikan peningkatan pada loyalitas pengunjung (Y) sebesar 0,117 atau 11,7%
- c) Nilai koefisien regresi fasilitas sebesar 0,207, hal ini menunjukkan bahwa jika ada peningkatan sebesar 1% pada variabel fasilitas (X_2) maka akan memberikan peningkatan pada loyalitas pengunjung (Y) sebesar 0,207 atau 20,7%.

2. Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial atau uji-t digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan kesimpulan dalam penelitian ini dinyatakan dengan melihat tingkat signifikansi sebesar 0,05. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen (X) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen (X) secara signifikan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Kemudian jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ pada tingkat signifikansi 5% maka disimpulkan bahwa H_0 di tolak, artinya variabel harga dan fasilitas secara individual berpengaruh terhadap variabel loyalitas pengunjung.

a. Pengaruh Harga (X_1) terhadap Loyalitas Pengunjung (Y) di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

Tabel 4.12 Hasil Uji-T Variabel Harga (X_1)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.953	1.072		.890
	Harga	.117	.047	.249	2.511
					.014

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

Sumber: Data Olahan IBM SPSS Versi 26, 2025.

H_{a1} = Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

H_{01} = Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

Dari tabel 4.12 diperoleh hasil uji-t dengan nilai signifikansi harga (X_1) terhadap loyalitas pengunjung (Y) adalah sebesar 0,014, artinya nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $2,511 > 1,644$ maka H_{a1} diterima dan H_{02} ditolak. Sehingga dapat diketahui bahwa **variabel harga sebagai X_1 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y)** di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

b. Pengaruh Fasilitas (X_2) terhadap Loyalitas Pengunjung (Y) di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

Tabel 4.13 Hasil Uji-T Variabel Fasilitas (X_2)

Model		Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.953	1.072			.890	.376
	Fasilitas	.207	.034	.602		6.064	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

H_{a2} = Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

H_{02} = Fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

Dari tabel 4.12 diperoleh hasil uji-t dengan nilai signifikansi fasilitas (X_2) terhadap loyalitas pengunjung (Y) adalah sebesar 0,000, artinya nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $6,064 > 1,644$ maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Sehingga dapat diketahui bahwa **variabel fasilitas sebagai X_2 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y)** di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F merupakan pengujian yang digunakan untuk menentukan bagaimana pengaruh variabel independen (X) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi, apabila nilai atau taraf signifikansi $< 0,05$ berarti variabel independen (X) yang digunakan dalam penelitian secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Kemudian apabila nilai $F_{hitung} > f_{tabel}$ pada tingkat signifikan 5%, maka kesimpulannya bahwa H_0 ditolak, artinya secara simultan variabel harga dan fasilitas berpengaruh terhadap variabel loyalitas pengunjung.

Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	418.066	2	209.033	97.162	.000 ^b
Residual	208.684	97	2.151		
Total	626.750	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

b. Predictors: (Constant), Fasilitas , Harga

Sumber: Data Olahan IBM SPSS versi 26, 2025

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Harga (X_1) dan Variabel Fasilitas (X_2) secara simultan terhadap variabel Loyalitas Pengunjung (Y) berdasarkan hasil uji F dari tabel 4.13 dapat dijelaskan sebagai berikut:

H_{a3} = Harga dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

H_{03} = Harga dan Fasilitas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

Dari tabel 4.13 diperoleh hasil uji F dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, artinya nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 97,162 > f_{tabel} 3,09$ maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Sehingga dapat diketahui bahwa **variabel harga sebagai X_1 dan variabel fasilitas sebagai X_2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y)** di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.667	.660	1.467

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga

Sumber: Data Olahan SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.14, dapat dilihat nilai R Square adalah sebesar 0,667 hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) dan fasilitas (X_2) memberikan kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 66,7% terhadap variabel loyalitas pengunjung (Y). Sisanya 33,3% dipengaruhi dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian terkait Analisis Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pengunjung di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise

Kabupaten Pinrang yang sebelumnya telah di uji dan dikemukakan hipotesisnya maka diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pengunjung di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang, dapat diketahui bahwa harga merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan seberapa besar tingkat loyalitas pengunjung. Semakin baik pengelolaan harga maka semakin meningkat pula loyalitas pengunjung yang didapatkan. Hasil penelitian ini di dukung oleh teori yang dikemukakan oleh I Nyoman Tri Sutaguna bahwa strategi penetapan harga yang tepat sangat penting untuk menarik wisatawan, mengoptimalkan pendapatan dan memastikan keberlanjutan destinasi pariwisata⁴⁰

Dari hasil pengujian diperoleh hasil uji-t dengan nilai signifikansi harga (X_1) terhadap loyalitas pengunjung (Y) adalah sebesar 0,014, artinya nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $2,511 > 1,644$ maka H_{a1} diterima dan H_{02} ditolak. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel harga sebagai X_1 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y) di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang. Hal ini menunjukkan bahwa dengan penerapan harga yang sesuai dengan apa yang menjadi ekspektasi dan yang akan dirasakan serta didapatkan oleh pengunjung terbukti sangat mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas pengunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salman Farisi dan Qahfi Romula Siregar pada tahun 2020 dengan judul penelitian “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas

⁴⁰ I Nyoman Tri Sutaguna *et al.*, *Pemasaran Destinasi Wisata*, 2024.

Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan". Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Harga menunjukkan nilai $t=7,108 > t$ tabel = 1,69 dengan nilai signifikansi sebesar $=0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.⁴¹

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pengunjung di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang

Menurut Pendit fasilitas wisata adalah komponen penting yang disediakan oleh pengelola destinasi untuk memenuhi kebutuhan dasar wisatawan. Fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan dan kualitas pengalaman berwisata serta mendorong kunjungan ulang.⁴² Berdasarkan hasil penelitian terkait variabel fasilitas (X_2) yang telah dilakukan, penyediaan fasilitas yang mumpuni dan layak digunakan memberikan pengaruh yang positif terhadap loyalitas pengunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

Hal ini didukung oleh uji hipotesis yang menunjukkan hasil uji- t dengan nilai signifikansi fasilitas (X_2) terhadap loyalitas pengunjung (Y) adalah sebesar 0,000, artinya nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar 6,064 $> 1,644$ maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel fasilitas sebagai X_2 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y) di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang. Dengan adanya hasil uji ini menunjukkan bahwa fasilitas yang dikelola dengan baik dan dapat memenuhi kebutuhan pengunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat loyalitas pengunjung.

⁴¹ Salman Farisi & Qahfi Romula Siregar, "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Di Kota Medan,"2020.

⁴² Nyoman S Pendit, *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*, 2002.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lusy Yuliana Rahmadani pada tahun 2023 dengan judul penelitian “Pengaruh Fasilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Objek Wisata Telaga Ngebel Ponorogo”. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil uji t diperoleh nilai signifikansi fasilitas wisata (X_1) terhadap loyalitas pengunjung (Y) sebesar 0,000 atau 0% artinya nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ ($0\% < 5\%$) Artinya bahwa variabel fasilitas wisata (X_1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y) di Telaga Ngebel Ponorogo.⁴³

3. Pengaruh Harga dan Fasilitas Secara Simultan terhadap Loyalitas Pengunjung di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang

Loyalitas pengunjung diukur dari konsistensi pengunjung untuk selalu mengunjungi suatu destinasi wisata yang menjadi pilihannya, bahkan jika ada pesaing yang menawarkan destinasi baru dengan karakteristik kualitas lebih unggul. Penetapan harga yang sesuai dengan penyediaan fasilitas yang mumpuni terbukti menjadi faktor pendukung terhadap loyalitas pengunjung. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian terkait pengaruh harga dan fasilitas terhadap loyalitas pengunjung.

Harga dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji F yang diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 97,162 > f_{tabel} 3,09$. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel harga sebagai X_1 dan variabel fasilitas sebagai X_2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas

⁴³ Yuliana Lusy Rahmadani, “Pengaruh Fasilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Objek Wisata Telaga Ngebel Ponorogo,”2023.

pengunjung (Y) di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hafniel Rayendra, Akmal, Howardi Visza Adha pada tahun 2022 dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Harga, dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pelanggan Minang Fantasi Waterpark & Resort Padang Panjang”. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa berdasarkan uji F diketahui bahwa nilai F hitung 38.812 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p<0,05$). Hal ini berarti secara bersama-sama variabel harga dan fasilitas berpengaruh bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung Minang Fantasi Waterpark & Resort Padang Panjang.⁴⁴

Selain itu berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini diperoleh nilai R Square adalah sebesar 0,667 hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) dan fasilitas (X_2) memberikan kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 66,7% terhadap variabel loyalitas pengunjung (Y). Sisanya 33,3% dipengaruhi dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dalam perspektif islam segala bentuk kegiatan jual beli harus didasarkan atas dasar suka sama suka, hal ini dijelaskan di Q.S An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَّحِيمًا

Artinya:

⁴⁴ Hafniel Rayendra, Akmal, & Howardi Visza Adha, “Analisis Pengaruh Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Minang Fantasi Waterpark & Resort Padang Panjang,”(2022).

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁴⁵

Firman Allah diatas menjelaskan tentang perintah untuk melaksanakan jual beli atas dasar suka sama suka, yang apabila dikaitkan dengan pengaruh harga dan fasilitas terhadap loyalitas pengunjung maka, pengunjung akan suka jika harga yang diterapkan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan dan sebaliknya pengelola destinasi wisata akan senang jika mendapatkan *feedback* yang baik dari pengunjung yang datang. Untuk mendapatkan hal tersebut maka pengelola objek wisata sudah semestinya menyediakan fasilitas yang terbaik dan mumpuni kepada setiap pengunjung yang datang, selain itu pengelola objek wisata juga harus memberikan harga yang sesuai dan tidak memberatkan pengunjung sehingga akan meningkatkan loyalitas dari pengunjung. Dengan pengelolaan tersebut maka akan memberikan keuntungan terhadap dua pihak baik itu dari pengelola destinasi wisata maupun pengunjung, sehingga terbentuklah suka sama suka seperti yang telah di firmankan di Surah An-Nisa Ayat 29.

⁴⁵ Kementrian Agama Republik Indonesia, “*Al-Quran Al Karim*,” n.d.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait Analisis Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pengunjung di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang, dan telah melalui proses pengumpulan, pengolahan dan analisis data, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil dari uji-t yang diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$ dan $t_{hitung} sebesar 2,511 > 1,644$ maka diputuskan H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel harga sebagai X_1 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y) di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil dari uji-t yang diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} sebesar 6,064 > 1,644$ maka diputuskan H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel fasilitas sebagai X_2 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y) di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.
3. Harga dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji F yang diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 97,162 > f_{tabel} 3,09$.

Sehingga dapat diketahui bahwa variabel harga sebagai X_1 dan variabel fasilitas sebagai X_2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y) di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait “Analisis Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pengunjung di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang” maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah:

1. Bagi pengelola objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang, untuk terus dapat mengelola dengan baik harga yang ditetapkan serta meningkatkan kualitas dari fasilitas yang disediakan, karena berdasarkan penelitian yang telah dilakukan harga dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas pengunjung di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.
2. Kedepannya bagi peneliti yang tertarik untuk meneliti dengan variabel yang sama, agar dapat membahas pengaruh harga dan fasilitas terhadap loyalitas pengunjung dengan lebih baik sehingga diperoleh hasil yang lebih tepat. Calon peneliti juga dapat menambahkan variabel lain yang lebih bervariasi agar memperluas kajian terkait bidang pariwisata.
3. Bagi pembaca, diharapkan untuk memberikan partisipasi di berbagai kegiatan kepariwisataan agar kedepannya industri pariwisata dapat terus berkelanjutan dengan baik, serta menggali lebih dalam berbagai referensi terkait pariwisata mengingat penelitian di bidang pariwisata dapat memberikan wawasan yang luas di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al Karim

Agus Rustamana, Putri Wahyuningsih, dkk. Penelitian Metode Kuantitatif." *Sindoro Cendikia Pendidikan* 5, no. 6 (2024)

Alim, Nur, Mustika Syarifuddin. "Potential Development of Karang Latimojong Tourism." *Shi'ar : Sharia Tourism Research* 01, no. 2 (2022): 167–78. <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/shiar>

Arwin. "Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Kota Parepare." *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 3, no. 3 (2023): 251–57. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i3.569>.

Ayu Kartika. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pelabuhan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bongkar Muat Pada PT . Pelabuhan Indonesia I (Persero) Cabang Belawan," 2017

Bagus Sarjana, Made Ary Meitriana, dan I Wayan Suwendra. "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat" 10, no. 2 (2018)

Darma, Budi. Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (*Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2*). DKI Jakarta: GUEPEDIA, 2021.

Desi Nur Safitri dan Iza Hanifuddin. "Analisis Strategi Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pada Toko Batik Soemowarso Surodikraman Ponorogo." *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 1 (2022)

Desi Ratna Sari Sinaga. "Pengaruh Aksesibilitas, Daya Tarik, Amenitas Terhadap Loyalitas Wisata." Galang Tanjung, no. 2504 (2015)

Desman Nazara. "Pengaruh Periklanan Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Tricomsel Gunungsitoli." *Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* 9, no. 3(2021).<https://ejurnal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35613/3336>.

Eka Putri Maulidiah dan Bambang Budiantono. "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Economina* 2, no. 3 (2023). <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>.

Febri Endra. *Pedoman Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Malang: Zifatama Jawara, 2017.

Fristi Bellia Annishia dan Eko Prastiyo. "Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta,

- The Effect Of Prices And Facilities On Guest Stay At The Best Western Premier The Hive Hotel Jakarta.” Jurnal Hospitality Dan Pariwisata 4, no. 1 (2019). <http://journal.ubm.ac.id/>.*
- Hafniel Rayendra Akmal dan Howardi Visza Adha. “Analisis Pengaruh Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Minang Fantasi Waterpark & Resort Padang Panjang.” *Journal of Management and Entrepreneurship* 1, no. 1 (2022).
- Hasanuddin Bua. *Pemasaran Hubungan (Pergeseran Pemikiran Paradigma Pemasaran Transaksional Ke Pemasaran Hubungan)*. Malang: Tunggal Mandiri, 2009.
- Hironymus Ghodang, dan Hantono. *Metode Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi Dan Jalur Dengan SPSS)*. Medan: PT. Penerbit Mitra Grup, 2020.
- I Gusti Bagus Rai Utama. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- I Nyoman Tri Sutaguna, Ira Amanda Hirbasari, dkk. *Pemasaran Destinasi Wisata*. Rey Media Grafika, 2024.
- Indrajaya, Sonny. *Manajemen Pemasaran*. Kaizen Media Publishing, 2024.
- Karimuddin Abdullah, Ummul Aiman, dkk. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- Kadir, Suryadi, Adhitia Pahlawan Putra, dan Haerini Cahyani. “Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Puncak Kelor Ta Di Kabupaten Bone (Perspektif Pariwisata Syariah).” *YUME : Journal of Management* 7, no. 1 (2024): 737–51.
- La Ode Muhammad Tauha. “Pada Jasa Pemanduan Pt Bias Delta,” 2018
- Lusy Yuliana Rahmadani,. “Pengaruh Fasilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Objek Wisata Telaga Ngebel Ponorogo.” *Journal of Hospitality*, 2023.<http://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/jht/article/view/>
- Muhamad,. “Metodologi Penelitian,” 2019,
- Muhammad Haris Syafitri, Hairul, dkk. “Pengaruh Motivasi Terhadap Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan PT.Mektek Tanjung Lestari Kabupaten Tabalong.” *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan* 3, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v3i2.1683>.

Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, dkk. "Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian." *Jurnal Pilar* 14, no. 1 (2023)

Nuraenun."Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Destinasi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Al Fath Stira Paradise Kampung Serang Kabupaten Pinrang" 2024.

Nyoman S Pendit. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita, 2002.

Oka A Yoeti. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa Bandung, 1996.

Purnama, Sarma Siahaan dan Tri Widiastuti. "Potensi Daya Tarik Wisata Alam Riam Sungai Manah Di Desa Sungai Muntik Kecamatan Kapuas Kabupaten Sanggau." *Jurnal Hutan Lestari* 6, no. 1 (2018)

Rosmiati, Moh Yasin Soumena, dan Zainal Said. "Strategi Dinas Kepemudaan Olaraga Dan Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata Syariah Kota Pare-Pare." *Shi'ar: Shariah Tourism Research* 1, no. 1 (2022): 43–60. <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/shiar>

Salman Farisi, dan Qahfi Romula Siregar. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Di Kota Medan." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*3, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>.

Sandu Siyoto, dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Suryadi Kadir. *EKONOMI PARIWISATA Pengantar dan Prospek*. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Group, 2020.

Tohir, Bawazir. Panduan Praktis Wisata Syariah. Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2013.

Zihni Abdul Aziz. "Pengaruh Fasilitas Dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung (Survey Pada Pengunjung Wisata Umbul Ponggok Klaten)." *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 17, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.14710/jsmo.v17i2.3247>



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian



NAMA MAHASISWA : MUHAMMAD IMRAN AKBAR
NIM : 2120203893202028
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI : PARIWISATA SYARIAH
JUDUL : ANALISIS PENGARUH HARGA DAN
FASILITAS TERHADAP LOYALITAS
PENGUNJUNG DI OBJEK WISATA
PANTAI AL FATH STIRA PARADISE
KABUPATEN PINRANG

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara(i)

Di Tempat

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bapak /Ibu/Saudara/I dalam rangka penyelesaian Karya Tulis Ilmiah (Skripsi) pada Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, maka saya

Nama : Muhammad Imran Akbar

NIM : 2120203893202028

Judul : Analisis Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pengunjung di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, saya memohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner ini, kami haturkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Parepare, 23 Desember 2024

Hormat Saya,


Muhammad Imran Akbar
NIM. 2120203893202028

PEDOMAN KUESIONER

I. Identitas Responden

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudari(i) untuk mengisi data responden dan berilah tanda (✓) pada kotak yang tersedia yang Bapak/Ibu/Saudara(i) pilih sesuai keadaan sebenarnya dengan jujur dibawah ini:

Nama Lengkap	:
Jenis Kelamin	: <input type="checkbox"/> Laki-Laki <input type="checkbox"/> Perempuan
Usia	: Tahun
Pendidikan Terakhir	: <input type="checkbox"/> SMP <input type="checkbox"/> SMA/SMK <input type="checkbox"/> D3 <input type="checkbox"/> D4/S1 <input type="checkbox"/> S2
Pekerjaan	: <input type="checkbox"/> Siswa/Mahasiswa <input type="checkbox"/> Karyawan/Swasta <input type="checkbox"/> Wiraswasta <input type="checkbox"/> IRT

II. Petunjuk Pengisian

1. Isilah daftar pertanyaan dengan memperhatikan tiap-tiap pertanyaan yang diajukan lalu beri tanda check list (✓) pada salah satu jawaban yang disediakan.
2. Jawaban diisi berdasarkan persepsi Bapak/Ibu/Saudara(i) dengan pilihan jawaban:

SS = Sangat Setuju diberi skor 5

S = Setuju diberi skor 4

N = Netral diberi skor 3

TS = Tidak Setuju diberi skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

3. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, pertanyaan yang diajukan hanya untuk melihat angka-angka terbaik dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara(i) mengenai Harga dan Fasilitas pada obyek

Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise di Kabupaten Pinrang.

4. Terima kasih atas partisipasi anda.

III. Pernyataan Terkait Penelitian

A. Harga (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga tiket masuk yang ditawarkan dapat dijangkau oleh semua kalangan.					
2.	Harga makanan yang dijual terjangkau.					
3.	Berkunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar.					
4.	Harga yang ditetapkan sebanding dengan kualitas fasilitas yang disediakan di Pantai Al Fath Stira Paradise.					
5.	Harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas produk dan layanan di Pantai Al Fath Stira Paradise.					
6.	Pantai Al Fath Stira Paradise menawarkan harga yang sesuai dibandingkan dengan destinasi wisata pantai lain.					
7.	Pengunjung memilih Pantai Al Fath Stira Paradise karena memberikan harga yang lebih sesuai daripada objek wisata lain dengan fasilitas yang sama.					
8.	Harga yang dibayar oleh pengunjung sepadan dengan pengalaman yang didapatkan.					
9	Harga yang dibayar oleh pengunjung sesuai dengan fasilitas yang didapatkan di Pantai Al Fath Stira Paradise.					

B. Fasilitas (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pantai Al fath Stira Paradise dapat dengan mudah di akses oleh kendaraan.					
2.	Fasilitas parkir aman dan memadai di Pantai Al Fath Stira Paradise.					
3.	Tempat sampah yang cukup dan teratur.					
4.	Kebersihan area sekitar terjaga dengan baik.					
5.	Tersedia penginapan atau villa di area sekitar Pantai Al Fath Stira Paradise.					
6.	Terdapat Gazebo yang memadai, lokasi panahan dan motor ATV yang aman.					
7.	Toilet atau kamar mandi bersih					
8.	Tersedia Musholla dan air bersih.					
9.	Tersedia tempat penyewaan alat camping yang lengkap.					
10.	Terdapat pusat informasi atau layanan pengunjung.					
11.	Tersedia brosur, peta dan petunjuk wisata yang informatif di Pantai Al Fath Stira Paradise.					
12.	Terdapat pilihan makanan yang bervariasi.					
13.	Kualitas makanan dan kebersihan tempat makan terjaga.					

C. Loyalitas (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya akan melakukan kunjungan ulang di Pantai Al Fath Stira Paradise.					
2.	Saya akan merekomendasikan Pantai Al Fath Stira Paradise kepada orang lain.					

3.	Saya akan tetap memilih Pantai Al Fath Stira Paradise sebagai tujuan wisata saya dibanding objek wisata lain yang lebih murah.				
4.	Saya akan menyampaikan keluhan dan komplain kepada pihak pengelola ketika saya merasa tidak puas saat berkunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise.				

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul diatas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 23 Desember 2024

Mengetahui:

Ketua Prodi Pariwisata Syariah



Mustika Syarifuddin, M.Sn.

NIP. 19910320 201903 2 008



Lampiran 2. Data Mentah

PEDOMAN KUESIONER

I. Identitas Responden

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudari(i) untuk mengisi data responden dan berilah tanda (✓) pada kotak yang tersedia yang Bapak/Ibu/Saudara(i) pilih sesuai keadaan sebenarnya dengan jujur dibawah ini:

Nama Lengkap	: Ismayani Risti Ayilia
Jenis Kelamin	: <input type="checkbox"/> Laki-Laki <input checked="" type="checkbox"/> Perempuan
Usia	: 25 Tahun
Pendidikan Terakhir	: <input type="checkbox"/> SMP <input type="checkbox"/> SMA/SMK <input type="checkbox"/> D3 <input checked="" type="checkbox"/> D4/S1 <input type="checkbox"/> S2
Pekerjaan	: <input type="checkbox"/> Siswa/Mahasiswa <input checked="" type="checkbox"/> Karyawan/Swasta <input type="checkbox"/> Wirausaha <input type="checkbox"/> IRT

II. Petunjuk Pengisian

1. Isilah daftar pertanyaan dengan memperhatikan tiap-tiap pertanyaan yang diajukan lalu beri tanda check list (✓) pada salah satu jawaban yang disediakan.
2. Jawaban diisi berdasarkan persepsi Bapak/Ibu/Saudara(i) dengan pilihan jawaban:

SS = Sangat Setuju diberi skor 5

S = Setuju diberi skor 4

N = Netral diberi skor 3

TS = Tidak Setuju diberi skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

3. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, pertanyaan yang diajukan hanya untuk melihat angka-angka terbaik dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara(i) mengenai Harga dan Fasilitas pada

obyek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise di Kabupaten Pinrang.

4. Terima kasih atas partisipasi anda.

III. Pernyataan Terkait Penelitian

A. Harga (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga tiket masuk yang ditawarkan dapat dijangkau oleh semua kalangan.		✓			
2.	Harga makanan yang dijual terjangkau.		✓			
3.	Berkunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar.		✓			
4.	Harga yang ditetapkan sebanding dengan kualitas fasilitas yang disediakan di Pantai Al Fath Stira Paradise.		✓			
5.	Harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas produk dan layanan di Pantai Al Fath Stira Paradise.		✓			
6.	Pantai Al Fath Stira Paradise menawarkan harga yang sesuai dibandingkan dengan destinasi wisata pantai lain.			✓		
7.	Pengunjung memilih Pantai Al Fath Stira Paradise karena memberikan harga yang lebih sesuai daripada objek wisata lain dengan fasilitas yang sama.		✓			
8.	Harga yang dibayar oleh pengunjung sepadan dengan pengalaman yang didapatkan.		✓			
9.	Harga yang dibayar oleh pengunjung sesuai dengan fasilitas yang didapatkan di Pantai Al Fath Stira Paradise.		✓			

B. Fasilitas (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pantai Al fath Stira Paradise dapat dengan mudah di akses oleh kendaraan.	✓				
2.	Fasilitas parkir aman dan memadai di Pantai Al Fath Stira Paradise.		✓			
3.	Tempat sampah yang cukup dan teratur.		✓	✓		
4.	Kebersihan area sekitar terjaga dengan baik.		✓			
5.	Tersedia penginapan atau villa di area sekitar Pantai Al Fath Stira Paradise.		✓			
6.	Terdapat Gazebo yang memadai, lokasi panahan dan motor ATV yang aman.	✓				
7.	Toilet atau kamar mandi bersih	✓				
8.	Tersedia Musholla dan air bersih.	✓				
9.	Tersedia tempat penyewaan alat camping yang lengkap.	✓				
10.	Terdapat pusat informasi atau layanan pengunjung.	✓				
11.	Tersedia brosur, peta dan petunjuk wisata yang informatif di Pantai Al Fath Stira Paradise.	✓				
12.	Terdapat pilihan makanan yang bervariasi.	✓				
13.	Kualitas makanan dan kebersihan tempat makan terjaga.	✓				

C. Loyalitas (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya akan melakukan kunjungan ulang di Pantai Al Fath Stira Paradise.		✓			
2.	Saya akan merekomendasikan Pantai Al Fath Stira Paradise kepada orang lain.		✓			

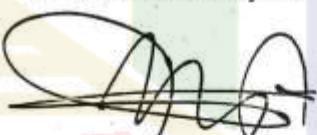
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
3.	Saya akan tetap memilih Pantai Al Fath Stira Paradise sebagai tujuan wisata saya dibanding objek wisata lain yang lebih murah.		✓			
4.	Saya akan menyampaikan keluhan dan komplain kepada pihak pengelola ketika saya merasa tidak puas saat berkunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise.		✓			

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul diatas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 23 Desember 2024

Mengetahui:

Ketua Prodi Pariwisata Syariah



Mustika Syarifuddin, M.Si.

NIP. 19910320 201903 2 008

PAREPARE

PEDOMAN KUESIONER**I. Identitas Responden**

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudari(i) untuk mengisi data responden dan berilah tanda (✓) pada kotak yang tersedia yang Bapak/Ibu/Saudara(i) pilih sesuai keadaan sebenarnya dengan jujur dibawah ini:

Nama Lengkap	: <i>Fira</i>
Jenis Kelamin	: <input type="checkbox"/> Laki-Laki <input checked="" type="checkbox"/> Perempuan
Usia	: <i>22</i> Tahun
Pendidikan Terakhir	: <input type="checkbox"/> SMP <input type="checkbox"/> SMA/SMK <input checked="" type="checkbox"/> D3 <input type="checkbox"/> D4/S1 <input type="checkbox"/> S2
Pekerjaan	: <input type="checkbox"/> Siswa/Mahasiswa <input type="checkbox"/> Karyawan/Swasta <input checked="" type="checkbox"/> Wirausaha <input type="checkbox"/> IRT

II. Petunjuk Pengisian

1. Isilah daftar pertanyaan dengan memperhatikan tiap-tiap pertanyaan yang diajukan lalu beri tanda check list (✓) pada salah satu jawaban yang disediakan.

2. Jawaban diisi berdasarkan persepsi Bapak/Ibu/Saudara(i) dengan pilihan jawaban:

SS = Sangat Setuju diberi skor 5

S = Setuju diberi skor 4

N = Netral diberi skor 3

TS = Tidak Setuju diberi skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

3. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, pertanyaan yang diajukan hanya untuk melihat angka-angka terbaik dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara(i) mengenai Harga dan Fasilitas pada

obyek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise di Kabupaten Pinrang.

4. Terima kasih atas partisipasi anda.

III. Pernyataan Terkait Penelitian

A. Harga (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga tiket masuk yang ditawarkan dapat dijangkau oleh semua kalangan.		✓			
2.	Harga makanan yang dijual terjangkau.		✓			
3.	Berkunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar.			✓		
4.	Harga yang ditetapkan sebanding dengan kualitas fasilitas yang disediakan di Pantai Al Fath Stira Paradise.		✓			
5.	Harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas produk dan layanan di Pantai Al Fath Stira Paradise.			✓		
6.	Pantai Al Fath Stira Paradise menawarkan harga yang sesuai dibandingkan dengan destinasi wisata pantai lain.		✓			
7.	Pengunjung memilih Pantai Al Fath Stira Paradise karena memberikan harga yang lebih sesuai daripada objek wisata lain dengan fasilitas yang sama.		✓			
8.	Harga yang dibayar oleh pengunjung sepadan dengan pengalaman yang didapatkan.		✓			
9.	Harga yang dibayar oleh pengunjung sesuai dengan fasilitas yang didapatkan di Pantai Al Fath Stira Paradise.			✓		

B. Fasilitas (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pantai Al fath Stira Paradise dapat dengan mudah di akses oleh kendaraan.		✓			
2.	Fasilitas parkir aman dan memadai di Pantai Al Fath Stira Paradise.		✓			
3.	Tempat sampah yang cukup dan teratur.			✓		
4.	Kebersihan area sekitar terjaga dengan baik.		✓			
5.	Tersedia penginapan atau villa di area sekitar Pantai Al Fath Stira Paradise.		✓			
6.	Terdapat Gazebo yang memadai, lokasi panahan dan motor ATV yang aman.		✓			
7.	Toilet atau kamar mandi bersih			✓		
8.	Tersedia Musholla dan air bersih.		✓			
9.	Tersedia tempat penyewaan alat camping yang lengkap.		✓			
10.	Terdapat pusat informasi atau layanan pengunjung.			✓		
11.	Tersedia brosur, peta dan petunjuk wisata yang informatif di Pantai Al Fath Stira Paradise.		✓			
12.	Terdapat pilihan makanan yang bervariasi.		✓			
13.	Kualitas makanan dan kebersihan tempat makan terjaga.		✓			

C. Loyalitas (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya akan melakukan kunjungan ulang di Pantai Al Fath Stira Paradise.		✓			
2.	Saya akan merekomendasikan Pantai Al Fath Stira Paradise kepada orang lain.		✓			

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
3.	Saya akan tetap memilih Pantai Al Fath Stira Paradise sebagai tujuan wisata saya dibanding objek wisata lain yang lebih murah.		✓			
4.	Saya akan menyampaikan keluhan dan komplain kepada pihak pengelola ketika saya merasa tidak puas saat berkunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise.		✓			

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul diatas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 23 Desember 2024

Mengetahui:

Ketua Prodi Pariwisata Syariah



Mustika Syarifuddin, M.Sn.

NIP. 19910320 201903 2 008

PAREPARE

PEDOMAN KUESIONER**I. Identitas Responden**

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi data responden dan berilah tanda (✓) pada kotak yang tersedia yang Bapak/Ibu/Saudara(i) pilih sesuai keadaan sebenarnya dengan jujur dibawah ini:

Nama Lengkap	: RUSKA AMATHIA
Jenis Kelamin	: <input type="checkbox"/> Laki-Laki <input checked="" type="checkbox"/> Perempuan
Usia	: 21 Tahun
Pendidikan Terakhir	: <input type="checkbox"/> SMP <input checked="" type="checkbox"/> SMA/SMK <input type="checkbox"/> D3 <input type="checkbox"/> D4/SI <input type="checkbox"/> S2
Pekerjaan	: <input checked="" type="checkbox"/> Siswa/Mahasiswa <input type="checkbox"/> Karyawan/Swasta <input type="checkbox"/> Wiraswasta <input type="checkbox"/> IRT

II. Petunjuk Pengisian

1. Isilah daftar pertanyaan dengan memperhatikan tiap-tiap pertanyaan yang diajukan lalu beri tanda check list (✓) pada salah satu jawaban yang disediakan.
2. Jawaban diisi berdasarkan persepsi Bapak/Ibu/Saudara(i) dengan pilihan jawaban:

SS = Sangat Setuju diberi skor 5

S = Setuju diberi skor 4

N = Netral diberi skor 3

TS = Tidak Setuju diberi skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

3. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, pertanyaan yang diajukan hanya untuk melihat angka-angka terbaik dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara(i) mengenai Harga dan Fasilitas pada

obyek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise di Kabupaten Pinrang.

4. Terima kasih atas partisipasi anda.

III. Pernyataan Terkait Penelitian

A. Harga (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga tiket masuk yang ditawarkan dapat dijangkau oleh semua kalangan.	✓				
2.	Harga makanan yang dijual terjangkau.	✓				
3.	Berkunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar.	✓				
4.	Harga yang ditetapkan sebanding dengan kualitas fasilitas yang disediakan di Pantai Al Fath Stira Paradise.	✓				
5.	Harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas produk dan layanan di Pantai Al Fath Stira Paradise.	✓				
6.	Pantai Al Fath Stira Paradise menawarkan harga yang sesuai dibandingkan dengan destinasi wisata pantai lain.		✓			
7.	Pengunjung memilih Pantai Al Fath Stira Paradise karena memberikan harga yang lebih sesuai daripada objek wisata lain dengan fasilitas yang sama.			✓		
8.	Harga yang dibayar oleh pengunjung sepadan dengan pengalaman yang didapatkan.	✓				
9.	Harga yang dibayar oleh pengunjung sesuai dengan fasilitas yang didapatkan di Pantai Al Fath Stira Paradise.	✓				

B. Fasilitas (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pantai Al fath Stira Paradise dapat dengan mudah di akses oleh kendaraan.	✓				
2.	Fasilitas parkir aman dan memadai di Pantai Al Fath Stira Paradise.	✓				
3.	Tempat sampah yang cukup dan teratur.					✓
4.	Kebersihan area sekitar terjaga dengan baik.			✓		
5.	Tersedia penginapan atau villa di area sekitar Pantai Al Fath Stira Paradise.	✓				
6.	Terdapat Gazebo yang memadai, lokasi panahan dan motor ATV yang aman.	✓				
7.	Toilet atau kamar mandi bersih			✓		
8.	Tersedia Musholla dan air bersih.	✓				
9.	Tersedia tempat penyewaan alat camping yang lengkap.	✓				
10.	Terdapat pusat informasi atau layanan pengunjung.	✓				
11.	Tersedia brosur, peta dan petunjuk wisata yang informatif di Pantai Al Fath Stira Paradise.	✓				
12.	Terdapat pilihan makanan yang bervariasi.		✓			
13.	Kualitas makanan dan kebersihan tempat makan terjaga.	✓				

C. Loyalitas (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya akan melakukan kunjungan ulang di Pantai Al Fath Stira Paradise.	✓				
2.	Saya akan merekomendasikan Pantai Al Fath Stira Paradise kepada orang lain.	✓				

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
3.	Saya akan tetap memilih Pantai Al Fath Stira Paradise sebagai tujuan wisata saya dibanding objek wisata lain yang lebih murah.	✓				
4.	Saya akan menyampaikan keluhan dan komplain kepada pihak pengelola ketika saya merasa tidak puas saat berkunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise.	✓				

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul diatas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 23 Desember 2024

Mengetahui:

Ketua Prodi Pariwisata Syariah



Mustika Syarifuddin, M.Si.

NIP. 19910320 201903 2 008

PAREPARE

PEDOMAN KUESIONER**I. Identitas Responden**

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi data responden dan berilah tanda (✓) pada kotak yang tersedia yang Bapak/Ibu/Saudara(i) pilih sesuai keadaan sebenarnya dengan jujur dibawah ini:

Nama Lengkap	:	Ayul Bori
Jenis Kelamin	:	<input checked="" type="checkbox"/> Laki-Laki <input type="checkbox"/> Perempuan
Usia	:	21..... Tahun
Pendidikan Terakhir	:	<input type="checkbox"/> SMP <input checked="" type="checkbox"/> SMA/SMK <input type="checkbox"/> D3 <input type="checkbox"/> D4/S1 <input type="checkbox"/> S2
Pekerjaan	:	<input type="checkbox"/> Siswa/Mahasiswa <input checked="" type="checkbox"/> Karyawan/Swasta <input type="checkbox"/> Wiraswasta <input type="checkbox"/> IRT

II. Petunjuk Pengisian

1. Isilah daftar pertanyaan dengan memperhatikan tiap-tiap pertanyaan yang diajukan lalu beri tanda check list (✓) pada salah satu jawaban yang disediakan.
2. Jawaban diisi berdasarkan persepsi Bapak/Ibu/Saudara(i) dengan pilihan jawaban:

SS = Sangat Setuju diberi skor 5

S = Setuju diberi skor 4

N = Netral diberi skor 3

TS = Tidak Setuju diberi skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

3. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, pertanyaan yang diajukan hanya untuk melihat angka-angka terbaik dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara(i) mengenai Harga dan Fasilitas pada

obyek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise di Kabupaten Pinrang.

4. Terima kasih atas partisipasi anda.

III. Pernyataan Terkait Penelitian

A. Harga (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga tiket masuk yang ditawarkan dapat dijangkau oleh semua kalangan.					✓
2.	Harga makanan yang dijual terjangkau.			✓		
3.	Berkunjung di Pantai Al Fath Stira Paradise tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar.					✓
4.	Harga yang ditetapkan sebanding dengan kualitas fasilitas yang disediakan di Pantai Al Fath Stira Paradise.					✓
5.	Harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas produk dan layanan di Pantai Al Fath Stira Paradise.					✓
6.	Pantai Al Fath Stira Paradise menawarkan harga yang sesuai dibandingkan dengan destinasi wisata pantai lain.				✓	
7.	Pengunjung memilih Pantai Al Fath Stira Paradise karena memberikan harga yang lebih sesuai daripada objek wisata lain dengan fasilitas yang sama.				✓	
8.	Harga yang dibayar oleh pengunjung sepadan dengan pengalaman yang didapatkan.			✓		
9.	Harga yang dibayar oleh pengunjung sesuai dengan fasilitas yang didapatkan di Pantai Al Fath Stira Paradise.				✓	

B. Fasilitas (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pantai Al fath Stira Paradise dapat dengan mudah di akses oleh kendaraan.					✓
2.	Fasilitas parkir aman dan memadai di Pantai Al Fath Stira Paradise.				✓	
3.	Tempat sampah yang cukup dan teratur.				✓	
4.	Kebersihan area sekitar terjaga dengan baik.				✓	
5.	Tersedia penginapan atau villa di area sekitar Pantai Al Fath Stira Paradise.					✓
6.	Terdapat Gazebo yang memadai, lokasi panahan dan motor ATV yang aman.				✓	
7.	Toilet atau kamar mandi bersih				✓	
8.	Tersedia Musholla dan air bersih.				✓	
9.	Tersedia tempat penyewaan alat camping yang lengkap.				✓	
10.	Terdapat pusat informasi atau layanan pengunjung.				✓	
11.	Tersedia brosur, peta dan petunjuk wisata yang informatif di Pantai Al Fath Stira Paradise.				✓	
12.	Terdapat pilihan makanan yang bervariasi.				✓	
13.	Kualitas makanan dan kebersihan tempat makan terjaga.				✓	

C. Loyalitas (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya akan melakukan kunjungan ulang di Pantai Al Fath Stira Paradise.				✓	
2.	Saya akan merekomendasikan Pantai Al Fath Stira Paradise kepada orang lain.				✓	

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
3.	Saya akan tetap memilih Pantai Al Fath Stir Paradise sebagai tujuan wisata saya dibanding objek wisata lain yang lebih murah.				✓	
4.	Saya akan menyampaikan keluhan dan komplain kepada pihak pengelola ketika saya merasa tidak puas saat berkunjung di Pantai Al Fath Stir Paradise.				✓	

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul diatas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 23 Desember 2024

Mengetahui:

Ketua Prodi Pariwisata Syariah



Mustika Syarifuddin, M.Sn.

NIP. 19910320 201903 2 008

PAREPARE

Lampiran 3. Data Jawaban Responden

Tabulasi Data Responden Variabel Harga (X₁)

RESPONDEN	HARGA X1									TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	
1	5	4	4	4	4	5	5	4	5	40
2	5	5	5	5	5	4	3	5	5	42
3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	37
4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	35
5	3	3	3	4	4	3	3	4	3	30
6	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
7	3	2	3	2	2	3	3	2	3	23
8	3	2	3	4	3	3	4	4	3	29
9	5	4	4	3	4	4	3	4	4	35
10	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
11	1	2	1	1	1	2	2	2	2	14
12	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
13	4	1	4	3	3	2	3	4	4	28
14	5	5	5	5	5	4	4	4	5	42
15	4	3	3	4	3	3	4	3	3	30
16	3	2	3	3	3	3	4	4	3	28
17	5	4	3	5	5	5	4	4	5	40
18	3	4	4	4	3	3	3	5	4	33
19	4	3	4	4	3	3	3	4	4	32
20	3	4	4	5	5	3	3	4	4	35
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
22	5	3	4	4	4	4	4	4	4	36
23	4	3	4	4	4	3	3	3	4	32
24	4	3	4	3	3	3	4	4	4	32
25	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
26	5	5	5	3	3	3	4	3	4	35
27	5	4	5	4	4	4	5	4	4	39
28	3	2	4	3	1	2	1	3	3	22
29	5	3	4	4	4	3	3	5	5	36
30	4	3	3	4	4	4	4	4	4	34
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
33	4	1	3	4	4	3	1	3	3	26

34	3	3	2	4	4	3	4	3	3	29
35	1	3	4	2	2	1	1	3	2	19
36	3	4	2	4	4	4	3	4	4	32
37	4	4	3	4	4	3	3	3	3	31
38	4	3	5	4	3	4	4	5	4	36
39	4	2	3	4	4	2	2	3	3	27
40	4	3	4	4	4	3	3	4	4	33
41	4	3	3	4	4	3	3	4	4	32
42	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
43	3	3	1	2	2	3	3	3	3	23
44	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
45	4	3	4	3	3	3	3	4	4	31
46	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
47	4	4	3	4	5	4	4	3	4	35
48	4	4	3	4	3	4	4	4	3	33
49	5	4	4	4	5	4	5	4	5	40
50	3	3	2	4	4	2	4	3	3	28
51	4	2	4	1	3	4	4	4	4	30
52	4	4	5	3	3	4	3	4	4	34
53	4	5	4	5	5	4	4	4	3	38
54	2	5	1	2	4	4	4	5	2	29
55	4	5	5	4	5	4	2	4	2	35
56	4	4	5	4	5	4	2	4	4	36
57	4	5	4	4	4	4	4	5	4	38
58	5	5	2	3	4	4	1	5	4	33
59	4	5	4	4	4	5	4	5	4	39
60	4	2	4	4	4	4	4	5	4	35
61	4	5	4	2	4	4	2	4	4	33
62	5	4	5	5	3	4	5	5	4	40
63	5	4	5	5	4	3	4	4	5	39
64	5	4	4	5	5	4	4	5	5	41
65	5	4	4	5	5	4	4	5	5	41
66	5	3	4	4	5	5	4	3	4	37
67	4	2	4	2	4	5	4	4	5	34
68	5	4	5	5	4	4	5	3	4	39
69	4	5	4	4	5	5	3	4	4	38
70	4	5	5	3	5	2	4	4	4	36
71	4	5	2	3	5	5	2	4	4	34

72	5	3	5	4	5	3	4	5	4	38
73	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38
74	5	5	4	4	5	5	4	4	5	41
75	4	5	5	4	4	4	4	5	4	39
76	5	3	4	5	4	4	5	5	4	39
77	4	5	4	5	5	4	4	5	5	41
78	4	5	4	4	4	5	4	5	4	39
79	4	4	5	4	4	4	5	5	3	38
80	4	5	4	4	5	4	4	5	4	39
81	4	5	3	1	2	4	4	4	4	31
82	4	3	5	4	4	5	4	5	4	38
83	5	4	3	4	5	5	4	3	5	38
84	5	4	3	5	4	5	4	3	4	37
85	5	4	3	4	5	4	3	3	4	35
86	3	5	5	4	3	4	5	4	3	36
87	4	3	5	4	4	3	5	3	4	35
88	4	5	3	4	4	5	3	4	4	36
89	4	3	5	4	5	5	3	4	4	37
90	5	4	3	4	4	5	4	4	3	36
91	4	3	4	4	5	3	4	5	5	37
92	5	4	4	5	5	4	5	5	4	41
93	5	4	5	5	4	5	4	4	5	41
94	4	5	5	4	5	4	4	5	4	40
95	5	4	5	5	4	4	5	4	5	41
96	5	4	5	4	4	5	4	4	5	40
97	5	4	5	5	4	5	4	4	5	41
98	5	4	5	5	4	5	4	5	5	42
99	5	4	5	5	4	5	4	4	5	41
100	5	4	5	5	4	5	4	4	5	41

Tabulasi Data Responden Variabel Fasilitas (X₂)

RESPONDEN	FASILITAS X ₂													TOTAL
	X ₂ .1	X ₂ .2	X ₂ .3	X ₂ .4	X ₂ .5	X ₂ .6	X ₂ .7	X ₂ .8	X ₂ .9	X ₂ .10	X ₂ .11	X ₂ .12	X ₂ .13	
1	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	57
2	5	5	1	4	5	5	3	5	5	5	5	4	5	57
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	51
4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	48
5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	50
6	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	60
7	1	1	1	3	1	2	3	1	1	3	3	2	1	23
8	5	5	4	2	4	3	2	5	3	3	3	3	4	46
9	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	45
10	5	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	48
11	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	24
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	51
13	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	46
14	2	3	5	5	5	5	2	4	5	5	5	4	2	52
15	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	3	49
16	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	48
17	5	5	4	3	5	5	3	4	4	4	5	5	4	56
18	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	44
19	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
20	5	5	3	4	4	4	3	5	4	3	3	4	3	50
21	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	60
22	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	55
23	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	3	4	4	54
24	5	5	5	5	5	5	3	4	5	3	3	5	3	56
25	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	57
26	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	5	3	56
27	5	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	5	4	47
28	5	3	1	3	4	3	1	3	4	5	5	3	3	43
29	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	63
30	4	4	4	4	3	4	3	5	3	4	4	4	3	49
31	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	46
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
33	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	45

34	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	41
35	1	2	4	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	22
36	4	4	4	4	4	3	2	4	4	2	2	4	4	4	45
37	3	3	3	3	3	4	3	5	3	4	3	2	3	3	42
38	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	55
39	2	5	3	5	3	5	3	3	5	5	5	5	3	3	52
40	3	4	4	4	2	4	3	3	4	4	2	4	4	4	45
41	5	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	55
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
43	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39
44	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	53
45	4	3	4	4	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	48
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
47	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	51
48	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	49
49	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
50	5	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	48
51	5	5	5	5	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	47
52	5	4	2	2	5	4	3	4	4	3	2	4	4	4	46
53	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	57
54	3	2	5	4	4	2	5	5	4	4	2	4	5	4	49
55	4	5	4	4	3	2	4	4	5	4	2	4	4	4	49
56	4	5	4	4	4	2	5	5	4	4	5	3	2	51	
57	3	5	5	4	4	5	4	4	4	1	4	4	5	5	52
58	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	59
59	4	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5	5	53
60	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	55
61	4	5	5	4	4	3	4	5	4	2	4	4	4	4	52
62	5	3	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	58
63	5	3	5	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	56
64	5	3	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	56
65	5	4	4	5	4	3	5	5	3	4	4	5	4	5	55
66	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	59
67	4	5	2	4	4	5	5	4	4	2	4	4	2	49	
68	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	57
69	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	54
70	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	57
71	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	58

72	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5	5	5	57
73	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	2	55
74	5	4	5	5	4	3	4	5	5	3	4	4	5	5	56
75	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	5	3	54	
76	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	3	4	5	5	55
77	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	58
78	4	4	5	4	4	4	5	5	1	3	4	2	4	4	49
79	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	55
80	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	2	5	5	55
81	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	56	
82	5	4	3	4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	56	
83	5	4	4	5	4	3	5	4	5	3	4	5	4	55	
84	5	4	3	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	54	
85	5	4	3	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	55	
86	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	53	
87	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	52	
88	5	5	4	5	5	3	4	5	4	4	5	3	4	56	
89	5	4	5	3	4	5	4	4	3	5	4	5	5	56	
90	5	4	4	5	3	3	5	4	5	3	4	4	5	54	
91	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	50	
92	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	60	
93	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	58	
94	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	58	
95	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	59	
96	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	59	
97	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	59	
98	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	59	
99	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	59	
100	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	59	

Tabulasi Data Variabel Loyalitas Pengunjung (Y)

RESPONDEŃ	LOYALITAS PENGUNJUNG Y				TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	
1	5	5	5	5	20
2	3	4	2	3	12
3	4	4	4	4	16
4	5	5	3	2	15
5	4	3	3	4	14
6	4	5	4	4	17
7	2	2	3	1	8
8	4	3	4	3	14
9	4	4	3	3	14
10	4	4	4	4	16
11	2	2	2	2	8
12	3	3	3	4	13
13	4	4	4	4	16
14	4	4	5	5	18
15	4	4	3	4	15
16	3	4	3	4	14
17	5	5	5	4	19
18	5	4	4	3	16
19	4	4	3	3	14
20	3	4	3	4	14
21	5	5	5	3	18
22	4	4	4	4	16
23	4	4	3	4	15
24	5	5	5	4	19
25	5	5	5	5	20
26	5	5	5	4	19
27	3	3	3	3	12
28	4	3	3	5	15
29	5	5	3	5	18
30	5	4	4	4	17
31	3	3	2	3	11
32	3	3	3	3	12
33	2	2	2	4	10
34	3	4	3	3	13

35	3	2	2	3	10
36	4	4	2	4	14
37	2	3	3	3	11
38	3	4	4	3	14
39	3	4	2	4	13
40	3	3	3	4	13
41	5	5	3	3	16
42	3	3	3	3	12
43	2	3	2	4	11
44	4	4	3	5	16
45	3	4	3	4	14
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16
49	5	5	5	5	20
50	4	4	3	3	14
51	5	4	3	3	15
52	5	4	2	3	14
53	4	5	4	4	17
54	2	2	4	4	12
55	4	4	4	2	14
56	4	5	4	4	17
57	4	4	5	4	17
58	4	5	4	4	17
59	5	4	4	4	17
60	4	5	4	4	17
61	4	5	4	4	17
62	3	5	4	4	16
63	4	5	4	4	17
64	5	4	5	5	19
65	3	5	4	4	16
66	5	4	5	5	19
67	5	4	4	4	17
68	4	5	4	4	17
69	4	5	4	4	17
70	4	4	4	5	17
71	4	4	4	5	17
72	4	4	4	5	17

73	4	5	4	4	17
74	4	5	4	4	17
75	4	4	5	4	17
76	4	5	4	5	18
77	4	5	4	4	17
78	4	2	4	4	14
79	4	4	5	4	17
80	4	5	4	4	17
81	4	5	4	4	17
82	4	5	4	4	17
83	4	3	4	5	16
84	4	5	3	5	17
85	5	4	3	4	16
86	4	3	4	4	15
87	4	5	3	4	16
88	4	4	3	5	16
89	4	5	5	4	18
90	3	4	3	5	15
91	4	4	5	5	18
92	4	5	4	5	18
93	5	4	4	5	18
94	5	4	5	5	19
95	5	4	5	4	18
96	5	4	5	4	18
97	4	5	5	4	18
98	4	5	5	4	18
99	4	5	5	4	18
100	4	5	5	4	18

Lampiran 4. Hasil Data Penelitian Menggunakan SPSS 26

A. Hasil Uji Validitas

1. Hasil Uji Validitas Harga (X₁)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Harga	1	0,779	0,196	Valid
	2	0,585	0,196	Valid
	3	0,632	0,196	Valid
	4	0,716	0,196	Valid
	5	0,711	0,196	Valid
	6	0,707	0,196	Valid
	7	0,602	0,196	Valid
	8	0,610	0,196	Valid
	9	0,750	0,196	Valid

2. Hasil Uji Validitas Fasilitas (X₂)

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Fasilitas	1	0,646	0,196	Valid
	2	0,646	0,196	Valid
	3	0,551	0,196	Valid
	4	0,622	0,196	Valid
	5	0,772	0,196	Valid
	6	0,570	0,196	Valid
	7	0,537	0,196	Valid
	8	0,729	0,196	Valid
	9	0,697	0,196	Valid
	10	0,589	0,196	Valid
	11	0,635	0,196	Valid
	12	0,694	0,196	Valid
	13	0,640	0,196	Valid

3. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pengunjung (Y)

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Loyalitas Pengunjung	1	0,789	0,196	Valid
	2	0,772	0,196	Valid
	3	0,803	0,196	Valid
	4	0,649	0,196	Valid

B. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Batas	Keterangan
1	Harga (X ₁)	0,848	0,60	Reliabel
2	Fasilitas(X ₂)	0,879	0,60	Reliabel
3	Loyalitas Pengunjung (Y)	0,748	0,60	Reliabel

1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	9

2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X₂)

Reliability Statistics

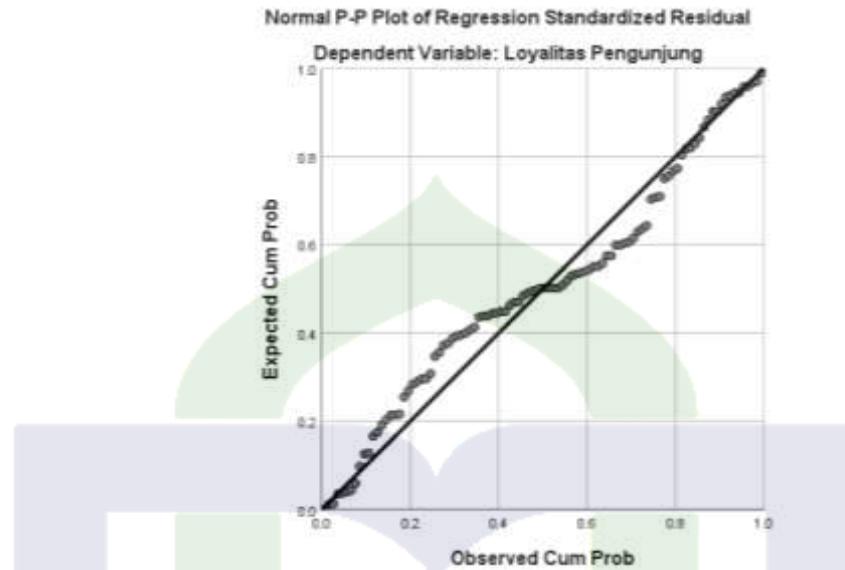
Cronbach's Alpha	N of Items
.879	13

3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pengunjung (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	4

C. Uji Normalitas



D. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a						
	B	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
		Coefficients	Std. Error	Beta	Coefficients		
1	(Constant)	.953	1.072			.890	.376
	Harga	.117	.047	.249	.249	2.511	.014
	Fasilitas	.207	.034	.602	.602	6.064	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

2. Uji Parsial (Uji-T)

a. Uji-T Variabel Harga (X₁)

Model	Coefficients ^a						
	B	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
		Coefficients	Std. Error	Beta	Coefficients		
1	(Constant)	.953	1.072			.890	.376
	Harga	.117	.047	.249	.249	2.511	.014

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

b. Uji-T Variabel Fasilitas (X_2)

Model	B	Unstandardized		Standardized		Sig.	
		Coefficients		Coefficients			
		B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	.953	1.072		.890	.376	
	Fasilitas	.207	.034	.602	6.064	.000	

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

3. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	418.066	2	209.033	97.162
	Residual	208.684	97	2.151	
	Total	626.750	99		

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

b. Predictors: (Constant), Fasilitas , Harga

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.667	.660	1.467

a. Predictors: (Constant), Fasilitas , Harga

Lampiran 5. Surat Keputusan Penetapan Pembimbing dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOMOR : B-3999/fn.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

- Menimbang
- Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2024
 - Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahi tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
- Mengingat
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
 - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
 - Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
 - Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
 - Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
 - Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
 - Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Memperhatikan :
- Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP-DIPA-025.04.2.307381/2024, tanggal 24 November 2023 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2024
 - Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 361 Tahun 2024 Tahun 2024, tanggal 23 Februari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
- Menetapkan
- Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2024
 - Menunjuk saudara: **Mustika Syarifuddin, M.Sn.** sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :
Nama Mahasiswa : MUHAMMAD IMRAN AKBAR
NIM : 2120203893202028
Program Studi : Pariwisata Syariah
Judul Penelitian : ANALISIS PENGARUH HARGA DAN FASILITAS WISATA TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG (STUDI KASUS DI PANTAI AL FATH STIRA PARADISE KABUPATEN PINRANG)
 - Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
 - Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
 - Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 31 Juli 2024
Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 197102082001122002

Lampiran 6. Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 (0421) 21307 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-28/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/01/2025

06 Januari 2025

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI PINRANG
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: MUHAMMAD IMRAN AKBAR
Tempat/Tgl. Lahir	: BENTENG, 01 Februari 2003
NIM	: 2120203893202028
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Pariwisata Syariah
Semester	: VII (Tujuh)
Alamat	: BENTENG II, KELURAHAN BENTENG, KECAMATAN PATAMPUA, KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI PINRANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG DI OBJEK WISATA PANTAI AL FATH STIRA PARADISE KABUPATEN PINRANG

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 10 Januari 2025 sampai dengan tanggal 10 Februari 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Lampiran 7. Surat Keterangan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pemerintah Kabupaten Pinrang

PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sukawati Nomor 40, Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
 Nomor : 503/012/PENELITIAN/DPMPTSP/01/2025

Tentang
SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Menimbang bahwa berdasarkan penulisan berhalip perihisian yang diterima tanggal 13-01-2025 atas nama MUHAMMAD IMRAN AKBAR, ditanggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.

Mengingat

- Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
- Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
- Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
- Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
- Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
- Peraturan Presiden RI Nomor 87 Tahun 2014;
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 berkaitan Pererubahan Surat Keterangan Penelitian;
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
- Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
- Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2016.

Memperhatikan

- Rakorosensi Tim Teknis PTSP : 0036/R/T, Teksma/DPMPTSP/01/2025, Tanggal : 13-01-2025
- Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0024/BAP/PENELITIAN/DPMPTSP/01/2025, Tanggal : 13-01-2025

M E M U T U S K A N

KESATU Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

- Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NIGERI PARE-PARE (IAIN)
 JL. AMAL BAKTI NO. 8
- Alamat Lembaga : MUHAMMAD IMRAN AKBAR
- Nama Peneliti : ANALISIS PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG DI OBJEK WISATA PANTAI AL FATH STIRIA PARADISE KABUPATEN PINRANG
- Judul Penelitian : 5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
- Sasaran/Arus Penelitian : PENGUNJUNG PANTAI AL FATH STIRIA PARADISE
- Lokasi Penelitian : Kecamatan Buanampeta

KEDUA Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 13-07-2025.

KETIGA Peneliti wajib memastikan dan menyertakan kesertuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP seimbang-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.

KEEMPAT Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat keseksian, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 13 Januari 2025

Didatangkan Secara Elektronik Oleh :

ANDI MIRANI, AP.,M.Si
 NIP. 19740603199312001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-

Scanned with CamScanner

Lampiran 8. Surat Keterangan Selesai Meneliti dari Lokasi Penelitian (Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang)

 **PANTAI AL FATH STIRA PARADISE**
Lingkungan Baru Serang, Kel. Data, Kec. Duampuanua
Kabupaten Pinrang – Tlp. 081352777741

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN
Nomor : 030/A/PASP/I/2025

Yang Bertanda Tangan dibawah ini:

Nama	:	Hery Yan Herman
Jabatan	:	Operational Manager
Alamat	:	Ling. Baru Serang

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama	:	Muhammad Imran Akbar
NIM	:	2120203893202028
Prodi	:	Pariwisata Syariah
Asal Perguruan Tinggi	:	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
Pekerjaan	:	Mahasiswa
Alamat	:	Benteng II, Kel. Benteng, Kec. Patampanua, Kab. Pinrang
Telepon	:	085696574683

Telah selesai melakukan penelitian di wisata Pantai Al Fath Stira Paradise selama kurang lebih satu bulan, terhitung mulai tanggal 17 Januari 2025 s/d 16 Februari 2025 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "ANALISIS PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG DI OBJEK WISATA PANTAI AL FATH STIRA PARADISE KABUPATEN PINRANG".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Serang, 27 Februari 2025
Manajemen Wisata
Pantai Al Fath Stira Paradise,

Hery Yan Herman
Operational Manager

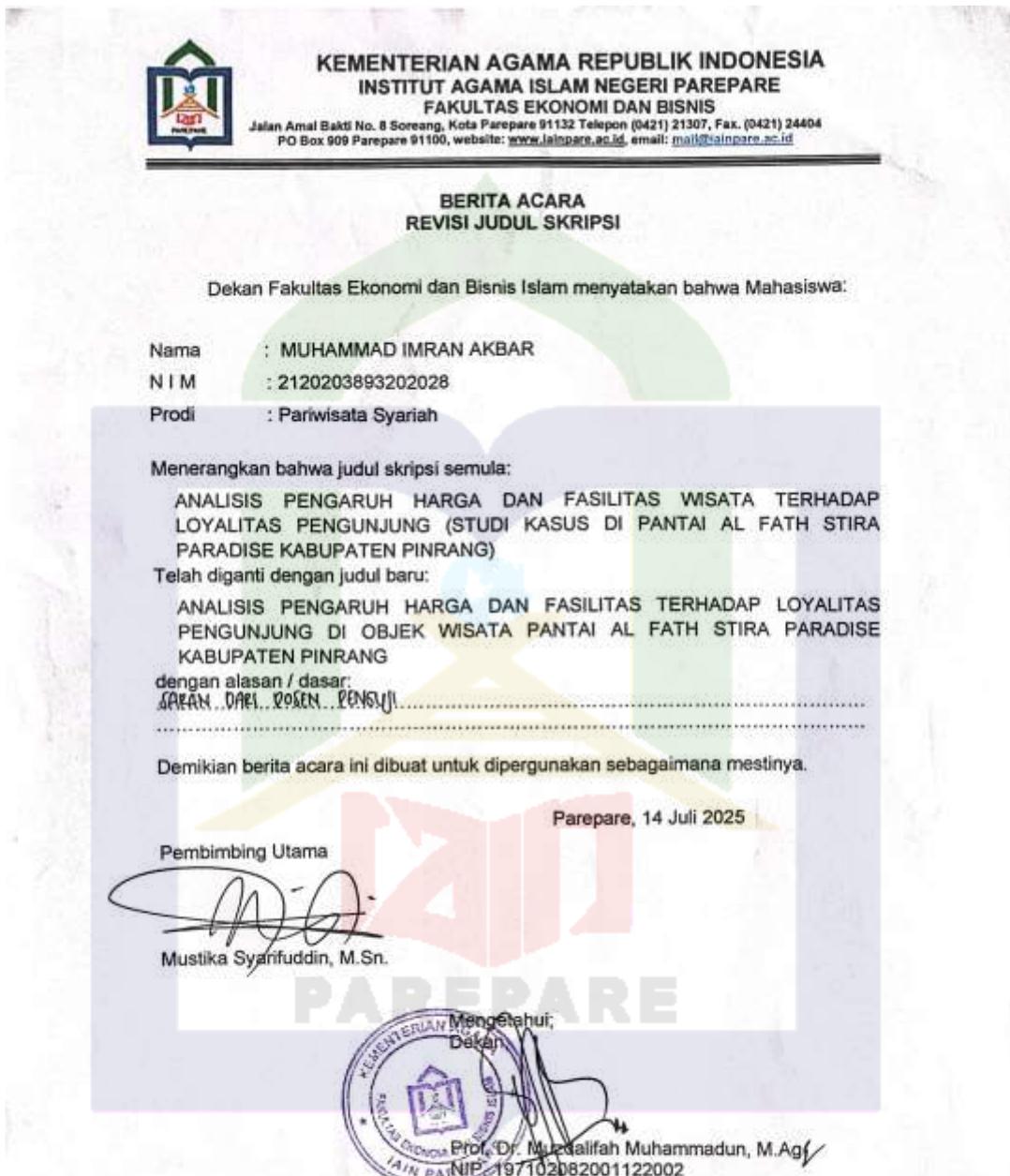
Lampiran 9. Dokumentasi







Lampiran 10. Berita Acara Revisi Judul Skripsi



BIODATA PENULIS



MUHAMMAD IMRAN AKBAR, lahir pada hari Sabtu 1 Februari 2003. Merupakan anak keempat dari lima bersaudara, anak dari pasangan Bapak Lamanti dan Ibu Halima. Penulis bertempat tinggal di Kelurahan Benteng, Kecamatan Patampanua, Kabupaten Pinrang. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 218 Pinrang, kemudian melanjutkan pendidikan tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Patampanua.

Setelah pendidikan di tingkat SMP, penulis melanjutkan pendidikan di tingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 5 Pinrang. Penulis kemudian melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil jurusan Pariwisata Syari'ah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis menyelesaikan skripsi berjudul: **Analisis Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pengunjung di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang.**