

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

ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRICE AND FACILITIES ON VISITOR LOYALTY AT THE AL FATH STIRA PARADISE BEACH TOURIST OBJECT, PINRANG REGENCY

Muhammad Imran Akbar^{1,*}, Mustika Syarifuddin²

^{1,2,3} Program Studi Pairwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare

* Penulis Korespondensi: muh.imrankabar@iainpare.ac.id

Abstrack

Visitor loyalty is the number of visitors who consistently visit a destination offered when there are competitors or other similar destinations. To increase visitor loyalty, price and facilities are two things that need to be considered, setting a price that is in accordance with the facilities that visitors will get will certainly increase the level of visitor loyalty. This study aims to determine, 1) whether price affects visitor loyalty at the Al Fath Stira Paradise Beach tourist attraction in Pinrang Regency. 2) whether facilities affect visitor loyalty at the Al Fath Stira Paradise Beach tourist attraction in Pinrang Regency. 3) whether price and facilities simultaneously affect visitor loyalty at the Al Fath Stira Paradise Beach tourist attraction in Pinrang Regency. This study uses samples collected from 100 respondents with a descriptive quantitative research method. Data analysis techniques in this study use validity tests, reliability tests, normality tests, multiple linear regression analysis tests and hypothesis testing using IBM SPSS version 26. The results of the study show, 1) prices affect visitor loyalty, this can be seen from the results of the t-test obtained a price significance value (X1) of $0.014 < 0.05$ and t count of $2.511 > 1.64$. 2) facilities affect visitor loyalty, this can be seen from the results of the t-test obtained a facility significance value (X2) of $0.000 < 0.05$ and t count of $6.064 > 1.644$. 3) prices and facilities simultaneously affect visitor loyalty, this can be seen from the results of the F test obtained a significance value of $0.000 < 0.05$ and an F count value of $97.162 > F$ table 3.09.

Keywords: Price, Facilities, Visitor Loyalty.

Abstrak

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.

1. Pendahuluan

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 Kepariwisata 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 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*.

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.

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.

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 di sebuah 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 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.

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.

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.

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; (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.

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.

2. Metode

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.¹¹ 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.¹² Metode penelitian kuantitatif seperti metode deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan secara terstruktur fakta maupun karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat.

1) Variabel Independen (variabel bebas)

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

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

¹¹ 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.

¹² Agus Rustamana, dkk., "Penelitian Metode Kuantitatif," *Sindoro Cendikia Pendidikan* 5, no. 6 (2024): 1–10.

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 .

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.

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. Populasi yang digunakan adalah seluruh pengunjung di objek wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang. 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.

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 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. 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*.

3. Hasil dan Pembahasan 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 (X_1)

Tabel 3.1 Jawaban Responden Terhadap Harga (X_1)

Variabel	Item Pernyataan	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%

Variabel Harga X1	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 3.1 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 3.2 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 3.3 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:

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

JenisKelamin		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative 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 3.4 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 3.5 Karakteristik Berdasarkan Umur

Umur		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative 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 3.5 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 3.6 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative 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.

3. Pembahasan

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 pariwisata.

Dari hasil pengujian diperoleh hasil uji-t dengan nilai signifikansi harga (X1) terhadap loyalitas pengunjung (Y) adalah sebesar 0,014, artinya nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ dan thitung sebesar 2,511 > 1,644 maka H_{a1} diterima dan H_{02} ditolak. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel harga sebagai X1 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 Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan”. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Harga menunjukkan nilai $t=7,108 > t \text{ tabel} = 1,69$ dengan nilai signifikansi sebesar $=0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hubungan antara harga dan loyalitas pengunjung cukup kuat, dengan nilai koefisien sebesar 0,687. Artinya, harga yang sesuai dapat memperkuat loyalitas melalui pengalaman yang positif (Herlina dkk, 2025). Sebagian besar literatur menunjukkan bahwa harga berperan penting dalam membangun loyalitas pengunjung objek wisata pantai. Harga yang kompetitif, transparan, dan sesuai dengan fasilitas serta pengalaman wisatawan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka. Selain itu, pengelola objek wisata harus memperhatikan bagaimana strategi penetapan harga dapat mempengaruhi persepsi nilai wisatawan dan keberlangsungan kunjungan ulang, termasuk peran pemerintah daerah dalam memberikan subsidi bagi pengelola objek wisata pantai.

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. Berdasarkan hasil penelitian terkait variabel fasilitas (X2) 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 (X2) 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 X2 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.

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 Ponogoro". Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil uji t diperoleh nilai signifikansi fasilitas wisata (X1) terhadap 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 Ponorogo.

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 Fhitung $97,162 > f_{tabel} 3,09$. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel harga sebagai X1 dan variabel fasilitas sebagai X2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas 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.

Selain itu berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini diperoleh nilai R Square adalah sebesar 0,667 hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X1) dan fasilitas (X2) 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 مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“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.”

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.

4. 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 obek 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.

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 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. 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.

Referensi

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://ejournal.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.
- Herlina, D., Purba, F. N., Febrianti, F., & Sudrajat, A. (2025). Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas terhadap Loyalitas Wisatawan di Dirja Park Karawang. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 7(2), 433-437. <https://doi.org/10.37034/infeb.v7i2.1178>
- 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 Olahraga 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>