

Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pengunjung Pantai Pink Lombok Timur

Putri Amalia Wardi¹, Susilo Talidobel², Arwin Yafi Rahmatullah³

^{1,2,3}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bumigora

E-mail: putri.amalia@universitasbumigora.ac.id¹, susilo@universitasbumigora.ac.id², arwin.yafi@universitasbumigora.ac.id³

Article History:

Received: 16 Maret 2025

Revised: 13 Maret 2025

Accepted: 30 Maret 2025

Keywords: Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Pengunjung

Abstract: Pariwisata adalah faktor penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor pariwisata mampu mengangkat dan meningkatkan pendapatan daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat pengunjung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini 100 Responden yang telah berkunjung pada ke pantai pink jerowaru Lombok timur. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Alat uji yang digunakan adalah SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung wisata pantai pink jerowaru Lombok timur, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung wisata pantai pink jerowaru Lombok timur.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan alternatif bagi daerah maupun devisa negara (Chaniago 2024). Terlebih lagi, di negara-negara maju sekalipun, sektor ini dikembangkan secara serius. Sejalan dengan hal tersebut, Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 menyatakan bahwa pariwisata memiliki peran penting dalam memperluas dan meratakan peluang usaha serta lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, meningkatkan pendapatan nasional guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menumbuhkan rasa cinta tanah air. Selain itu, pariwisata juga berkontribusi dalam mensejahterakan dan melestarikan kebudayaan nasional, memperkuat identitas bangsa (Desi Wibawati 2021).

Industri pariwisata memiliki peran penting dalam pembangunan dan pengembangan suatu daerah. Di beberapa wilayah, sektor ini bahkan terbukti mampu mengangkat daerah dari keterbelakangan dan menjadikannya sebagai daerah (Hasriadi, Yusuf Qamaruddin, and Rajiman 2023). Kepariwisataan berfungsi sebagai salah satu piranti untuk meningkatkan pendapatan daerah. Sektor ini juga mempunyai arti penting dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu provinsi yang menjadi daerah tujuan wisata. Sehingga berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Jumlah wisatawan mengalami peningkatan di tahun 2024 sebanyak 2,5% dibandingkan tahun 2023. Jumlah wisatawan pada tahun 2024 sebanyak 2 juta wisatawan (Imansyah 2024). Kabupaten Lombok

Timor merupakan salah satu dari 99 daerah wisata di NTB yang memiliki beragam potensi pariwisata. Kabupaten ini memiliki banyak desa wisata, seperti Tetebatu, Sembalun Bumbung, Jeruk Manis, Pante Ping, Tanjung Luar, dan lainnya. Keberagaman destinasi wisata tersebut menjadi peluang besar bagi pengembangan sektor pariwisata di Lombok Timur. Oleh karena itu, pengelolaan objek wisata yang optimal sangat diperlukan agar dapat menarik lebih banyak wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Peningkatan jumlah kunjungan wisata yang diharapkan dapat berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi daerah dan meningkat (Makwa 2019)

Naik turunnya wisatawan dari tahun ke tahun dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mempengaruhi minat mereka untuk berkunjung kembali. Faktor yang mempengaruhi minat pengunjung diantaranya promosi, kualitas layanan, fasilitas dan lain-lain (Fitriani, Syaparuddin, and Kusuma Edy 2021). Promosi merupakan aspek penting dalam pemasaran pariwisata bagi berbagai industri dan menjadi salah satu cara terbaik untuk menjangkau masyarakat luas. Promosi mampu meningkatkan minat pengunjung pariwisata (Ahmadin 2022). Selain promosi, kualitas layanan juga menjadi faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan wisatawan. Promosi yang efektif harus didukung oleh pelayanan yang prima agar wisatawan merasa puas dan tertarik untuk kembali berkunjung (Rahmatullah, Arwin Yafi 2022). Kualitas layanan yang baik, seperti fasilitas yang memadai, serta pengalaman yang berkesan, dapat meningkatkan citra destinasi wisata dan mendorong rekomendasi wisatawan kepada orang lain. Dengan kombinasi strategi promosi yang tepat dan pelayanan berkualitas, industri pariwisata dapat berkembang lebih pesat

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif (Sekaran 2016). Populasi dalam penelitian adalah seluruh pengunjung wisata pantai pink di Kabupaten Lombok Timur. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* (Sekaran 2016). Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat analisis menggunakan SPSS 25 (Ghozali 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Data Penelitian

Studi deskriptif terhadap 100 responden orang dengan tingkat usia yang beragam. Usia pengunjung dengan rentan usia 20-25 sejumlah 64 orang atau 64%, yang berusia 26-30 sejumlah 28 orang atau 28%, berusia 31-35 berjumlah 7 orang atau 7% dan di atas 35 sejumlah 1 orang atau 1%. Untuk jenis kelamin laki- laki berjumlah 77 dengan persentasi 77% dan 23 dengan persentase 23% orang berkelamin perempuan. Asal pengunjung sebanyak 71 orang atau persentasi 71% dari Lombok timur dan diluar Lombok timur sebanyak 29 orang atau dengan persentasi 29%.

Tabel 1 karakteristik responden

	Kategori Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	77	77%
	Perempuan	23	23%
Umur	20–25	64	64%
	26–30	28	28%
	31–35	7	7%
	> 35	1	1%
Asal pengunjung	Lombok Timur	71	71%
	Diluar Lombok Timur	29	29%

Hasil Pengujian Validitas

a. Variabel Minat Pengunjung (Y)

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Minat Pengunjung

		Correlations							
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.649**	.517**	.714**	.535**	.512**	.417**	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.649**	1	.695**	.658**	.639**	.591**	.547**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.517**	.695**	1	.528**	.561**	.585**	.572**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.714**	.658**	.528**	1	.486**	.461**	.479**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.535**	.639**	.561**	.486**	1	.695**	.419**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6	Pearson Correlation	.512**	.591**	.585**	.461**	.695**	1	.499**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.7	Pearson Correlation	.417**	.547**	.572**	.479**	.419**	.499**	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1	Pearson Correlation	.780**	.869**	.809**	.781**	.780**	.786**	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Variabel Pelayanan (X1)

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Pelayanan

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.804**	.708**	.712**	.927**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.804**	1	.697**	.650**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.708**	.697**	1	.460**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000

	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.712**	.650**	.460**	1	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.927**	.902**	.812**	.830**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Variabel Promosi (X2)

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Promosi

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.730**	.600**	.900**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.730**	1	.539**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.600**	.539**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.900**	.884**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil pengujian uji validitas terhadap masing-masing variabel yakni variabel Promosi Penjualan (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Minat pengunjung (Y) memiliki nilai diatas

1. Uji Reliabilitas

a. Hasil uji releabilitas minat pengunjung

Tabel 5 Hasil Uji Releabilitas Minat Pengunjung

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	7

b. Hasil uji releabilitas pelayanan

Tabel 6 Hasil Uji Releabilitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.887	4

c. Hasil uji releabilitas promosi

Tabel 7 Hasil Uji Releabilitas Releabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.832	3

Berdasarkan hasil pengolahan Reliabilitas pada tabel diatas, jika nilai Cronbach's Alpha terhadap variabel independen dan variabel dependen berada diatas 0.05. Adapun variabel bebas yang terdiri dari variabel pelayanan (X1) ($0.887 > 0.05$) dan promosi (X2) ($0.832 > 0.05$), dan minat pengunjung (Y) sebagai variabel terikat ($0.889 > 0.05$). Sehingga dari data tersebut bisa disimpulkan bahwa variabel independen dan dependen telah reliabel.

B. Analisis data

1. Uji regresi linier berganda

Tabel 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.121	1.476		3.470	.001
	X1	.999	.143	.601	6.988	.000
	X2	.557	.186	.258	2.996	.003

a. Dependent Variable: Y1

Persamaan dari model regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2x_2 + e \quad Y = 5.121 + 0.999 (X_1) + 0.557 (X_2) + e$$

Persamaan regresi linier tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstan (a) sebesar 5.121 menunjukkan bahwa pada variabel pelayanan dan promosi dianggap konstan atau sama dengan nol terhadap minat pengunjung sebesar 5.121.
2. Koefisien regresi pelayanan (X1) sebesar 0.999 menyatakan bahwa variabel pelayanan (X1) memiliki hubungan positif dengan nilai minat pengunjung (Y), hal tersebut menunjukkan setiap peningkatan variabel pelayanan (X1) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan pengunjung (Y) sebesar 0.999 1dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Koefisien regresi promosi (X2) sebesar 0.557 menjelaskan bahwa variabel promosi (X2) memiliki hubungan positif dengan nilai minat pengunjung (Y), hal tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel promosi (X2) sejumlah 1 satuan maka akan meningkatkan minat pengunjung (Y) sebesar 0.557 dengan asumsi variabel lain konstan.

Uji T

Tabel 9 Hasil Uji T

Variabel	Thitung	T tabel	Sig.	Keterangan
Promosi (x1)	6.988	1.985	0.000	Signifikan
Kualitas Pelayanan (x2)	2.996	1.985	0.003	Signifikan

1. Pada pengujian hipotesis variabel pelayanan (X1) diperoleh t hitung sebesar 5.121 dengan nilai signifikansi sebesar 0.001. Sehingga nilai statistic uji thitung tersebut lebih besar dari pada t tabel yaitu ($6.988 > 1.985$) atau nilai signifikansi lebih kecil dari 1.985) atau nilai signifikansi lebih kecil dari $< \alpha = 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X1) secara parsial memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel minat pengunjung (Y).
2. Pada pengujian hipotesis variabel Kualitas layanan (X2) diperoleh thitung sebesar 2.996 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Sehingga nilai statistic uji t hitung tersebut lebih besar dari pada t tabel yaitu ($2.996 > 1.985$) atau nilai signifikansi lebih kecil dari $< \alpha = 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X2) secara parsial memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel minat pengunjung (Y).

Pembahasan

a. Pengaruh Promosi terhadap minat pengunjung wisata pantai pink jerowaru Lombok timur

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan pada uji t menunjukkan bahwa promosi secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat pengunjung wisatawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Indriastuty 2020; Yanto, Dahmiri, and Hasbullah 2022). Promosi memiliki peran penting dalam meningkatkan minat pengunjung wisatawan. Promosi dirancang untuk menginformasikan pengunjung tentang citra yang ditawarkan dengan berbagai atribut yang menarik dan inovatif (Efrenza and Maarif 2023) (Rahmatullah 2025).

b. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap minat pengunjung wisata pantai pink jerowaru Lombok timur

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan pada uji t menunjukkan bahwa kualitas layanan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat pengunjung wisatawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Juliani 2024; Riadi, Permadi, and Retnowati 2023). Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam dalam meningkatkan minat pengunjung. Pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap peningkatan minat pengunjung (Rahmatullah, Arwin Yafi 2022).

KESIMPULAN

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung wisata pantai pink jerowaru Lombok timur
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung wisata pantai pink jerowaru Lombok timur

DAFTAR REFERENSI

Ahmadin, Fahmi. 2022. "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Promosi Terhadap Jumlah Kunjungan

- Wisatawan Di Pantai Panrita Lopi Kecamatan Muara Badak.” *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL* 10(1):20. doi: 10.54144/jadbis.v10i1.6484.
- Chaniago, Nuraini. 2024. “DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH.” 32(1):103–14.
- Desi Wibawati, Adhiningasih Prabhawati. 2021. “Upaya Indonesia Dalam Mempromosikan Wisata Kuliner Sebagai Warisan Budaya Dunia.” *Journal of Tourism and Creativity* 5(1):36–44. doi: 10.22141/2224-0721.16.4.2020.208486.
- Efrenza, Muhamad Aldo, and Muhamad Syamsul Maarif. 2023. “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Objek Sumur Putri Di Kecamatan Teluk Betung Utara Kota Bandar Lampung.” *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)* 4(1). doi: 10.57084/bej.v4i1.1069.
- Fitriani, Mesi, Syaparuddin Syaparuddin, and Jaya Kusuma Edy. 2021. “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Ke Kebun Binatang Taman Rimba Provinsi Jambi.” *E-Jurnal Perspektif Ekonomi Dan Pembangunan Daerah* 10(1):19–28. doi: 10.22437/pdpd.v10i1.12496.
- Ghozali, imam. 2021. *Partial Least Squares Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (3rd Ed.)*. Semarang: universitas diponegoro.
- Hasriadi, Muh Yusuf Qamaruddin, and Widyawanti Rajiman. 2023. “Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Palopo.” *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi VII*(2):387–94.
- Imansyah, Nur. 2024. “Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke NTB Capai Dua Juta Orang.” *Antara*. Retrieved (<https://www.antaranews.com/berita/4449621/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-ntb-capai-dua-juta-orang>).
- Indriastuty, Nina. 2020. “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pengunjung Wisata Budaya Pesta Adat Erau.” *Jurnal Manajemen Komunikasi* 4(2):61. doi: 10.24198/jmk.v4i2.23264.
- Juliani, Waryono. 2024. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Café Damar Shaker Padang Baru.” 2(3).
- Makwa, Harisun. 2019. “Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Lokal Di Desa Tanjung Luar Lombok Timur.” *Jurnal Humanitas* 5(2):108–25.
- Rahmatullah, Arwin Yafi, Amelindha Vania. 2022. “Analisis Pengaruh Program Loyalitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Sinar Bahagia Pancor Lombok Timur.” 22(3):58–66.
- Rahmatullah, Arwin Yafi. 2025. “The Effect of Customer Experience , Place Attachment , Customer Satisfaction , and Word-of-Mouth on Revisit Intention.” 2(2):119–27.
- Riadi, Didi, Lalu Adi Permadi, and Weni Retnowati. 2023. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan.” *Jurnal Riset Pemasaran* 2(2):38–49. doi: 10.29303/jrp.v2i2.2678.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2016. *Research Methods For Business A Skill-Building Approach 7th Edition*. 7th Editio. United Kingdom : John Wiley & Sons,.
- Yanto, Ari, Dahmiri, and Husni Hasbullah. 2022. “Pengaruh Promosi Visual Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Danau Sipin Jambi).” *Jurnal Dinamika Manajemen* 10(1):1–11.
-