



## Harga Tiket dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Pantai Santolo Kabupaten Garut

Anita Aprilian Nabil<sup>1\*</sup>, Magnaz Lestira Oktaroza<sup>2</sup>, Kurnaeli<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Manajemen, Universitas Garut, Indonesia

Email: [anitaaprilian@gmail.com](mailto:anitaaprilian@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [magnaz@uniga.ac.id](mailto:magnaz@uniga.ac.id)<sup>2</sup>, [Kurnaeli@uniga.ac.id](mailto:Kurnaeli@uniga.ac.id)<sup>3</sup>

Doi: <https://doi.org/10.37339/e-bis.v10i1.2967>

Diterbitkan oleh Politeknik Piksi Ganesha Indonesia

### ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam meningkatkan perekonomian daerah serta mendorong minat kunjungan wisatawan. Wisata alam Pantai Santolo di Kabupaten Garut memiliki potensi daya tarik yang besar, namun diperlukan pengelolaan yang tepat, khususnya terkait harga tiket dan daya tarik wisata, untuk meningkatkan minat kunjungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga tiket dan daya tarik wisata terhadap minat kunjungan wisatawan ke Pantai Santolo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data dilakukan menggunakan analisis *statistic Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tiket dan daya tarik wisata terbukti memengaruhi minat kunjungan wisatawan. Temuan ini mengindikasikan dengan penetapan harga yang sesuai serta peningkatan kualitas daya tarik wisata dapat meningkatkan minat kunjungan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola dalam pengembangan destinasi wisata

### ABSTRACT

*This research is motivated by the importance of understanding the factors that influence tourist interest in choosing a destination, so that it can be the basis for developing more effective tourism marketing. This study aims to obtain a general overview of ticket prices, tourist attractions, and interest in visiting Santolo Beach, Garut Regency, and analyze the influence of ticket prices and tourist attractions on tourist interest in visiting. The research method used is a quantitative approach used with a survey method and Partial Least Square (PLS) analysis techniques. The results show that ticket prices affect tourist interest in visiting, tourist attractions have a significant effect on interest in visiting.*

### Info Artikel

Diterima :

2026-01-05

Diperbaiki :

2026-01-14

Disetujui :

2026-01-16

### Kata Kunci :

Harga Tiket; Daya Tarik Wisata;  
Minat Kunjungan

### Keywords:

*Ticket Prices; Tourist Attractions;  
Interest In Visiting*

Alamat Korespondensi

: Jl. Letnan Jenderal Suprpto No.73 Kebumen, Jawa Tengah, Indonesia 54311

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor penyumbang devisa terbesar yang terus berkembang menjadi industri yang menguntungkan serta berpotensi besar dalam menjawab berbagai kebutuhan manusia. Tingginya tekanan hidup, aktivitas yang padat, serta meningkatnya tingkat stres mendorong masyarakat untuk mencari aktivitas yang mampu menyeimbangkan kehidupan mereka, sehingga permintaan terhadap hiburan dan rekreasi terus meningkat. Selain berfungsi sebagai sarana pelepas ketegangan dan hiburan, kegiatan wisata juga memberikan manfaat edukatif bagi anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Melalui aktivitas wisata, individu

dapat memenuhi kebutuhan untuk bersantai dan sejenak melepaskan diri dari rutinitas pekerjaan (Fadilla, 2024).

Namun, meskipun pariwisata memiliki berbagai manfaat dan peluang yang menjanjikan, sektor ini masih kerap menghadapi tantangan terkait fluktuasi minat kunjungan wisatawan. Beragam faktor, seperti keterbatasan aksesibilitas, kurangnya promosi yang efektif, kualitas fasilitas yang belum optimal, serta perubahan preferensi wisatawan, dapat memengaruhi tingkat kunjungan ke suatu destinasi. Selain itu, kondisi ekonomi, keamanan, maupun isu lingkungan juga turut berperan dalam menentukan minat masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata. Permasalahan-permasalahan tersebut perlu mendapat perhatian serius, karena rendahnya minat kunjungan dapat berdampak pada penurunan pendapatan daerah dan menghambat perkembangan destinasi wisata. Maka dari itu, diperlukan strategi pengelolaan dan pengembangan pariwisata yang tepat agar destinasi mampu menarik minat wisatawan dan mempertahankan daya saingnya.

Di Indonesia terdapat berbagai destinasi wisata yang memiliki daya tarik tersendiri, diantaranya adalah Pantai Santolo. Pantai ini berlokasi di Kecamatan Cikelet, Kabupaten Garut, dan menjadi salah satu lokasi wisata bahari populer yang menawarkan pemandangan alam yang menawan serta mendukung perkembangan ekonomi kreatif masyarakat setempat. Namun, di balik potensi dan keindahannya, Pantai Santolo menghadapi sejumlah persoalan, khususnya terkait menurunnya minat kunjungan wisatawan dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi ini sejalan dengan tantangan sektor pariwisata yang sebelumnya telah dijelaskan, di mana berbagai faktor internal maupun eksternal dapat memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Penurunan ini menjadi perhatian penting karena dapat berdampak pada keberlanjutan pengembangan wisata dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

**Tabel 1.** Data Pengunjung Pantai Santolo Kabupaten Garut

Bulan	2024		Bulan	2025	
	Wisma	Wisnus		Wisma	Wisnus
Januri	-	1480	Januri	-	1216
Febuari	-	696	Febuari	-	313
Maret	-	487	Maret	-	47
April	-	3680	April	-	3998
Mei	-	4416	Mei	-	612
Juni	-	5299	Juni	-	796
Total	-	16058	Total	-	6982

Sumber: Kantor Pelayanan Umum Wisata Alam Pantai Santolo, 2025

Berdasarkan tabel 1. dapat di ketahui bahwa kunjungan wisatawan ke Pantai Santolo di tahun 2025 mengalami penurunan drastis jika di banding pada tahun 2024. Pada 6 bulan di tahun 2025 Pantai Santolo hanya di kunjungi oleh 6982 berbanding terbalik pada saat 2024 yang mencapai 16058. Sejalan dengan hasil wawancara dengan salah satu tenaga kerja wisata alam Pantai Santolo yang mengatakan bahwa benar kunjungan ke Pantai Santolo lebih rendah di dibandingkan dengan waisata yang serupa yang tak jauh dengan lokasi Pantai Santolo yaitu pantai sayang helang. Hasil dari observasi bahwa penurunan kunjungan Pantai Santolo di

sebabkan oleh harga tiket yang tidak sesuai dengan yang tercantum pada loket tiket. Banyak dari pengunjung komplain karena harus membayar uang lebih untuk masuk. Hal yang menjadikan daya Tarik berkurang adalah mulai kotornya kawasan wisata alam Pantai Santolo. Daya Tarik wisata yang dinilai kurang karena tidak adanya pembangunan taman bermain disekitar Pantai Santolo.

Berbagai studi sebelumnya menunjukkan bahwa temuan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh masih belum konsisten minat kunjungan wisatawan. Rinaldi (2024) menemukan bahwa harga berpengaruh terhadap minat kunjungan, namun penelitian tersebut tidak memasukkan variabel daya tarik wisata sebagai faktor pendukung. Sebaliknya, penelitian Azolla et al. (2024) menyatakan bahwa harga tiket tidak memberikan dampak pada tingkat ketertarikan wisatawan untuk berkunjung pada wisata edukasi Kampung Coklat Blitar, sehingga harga bukan menjadi pertimbangan utama bagi wisatawan yang melakukan kunjungan. Ketidak sesuaian hasil juga terlihat pada variabel daya tarik wisata, di mana Batubara Pratiwi dan Putri (2022) menyimpulkan bahwa daya tarik memberikan kontribusi terhadap minat kunjungan, sementara Susanto dan Astutik (2020) menemukan bahwa daya tarik tidak memiliki pengaruh. Perbedaan hasil temuan tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan penelitian (research gap) yang memerlukan kajian lebih lanjut., khususnya mengenai bagaimana Seluruh variabel memengaruhi minat kunjungan pada destinasi Pantai Santolo.

Penelitian mengenai minat kunjungan wisatawan umumnya telah banyak membahas faktor-faktor seperti harga, daya tarik wisata, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Namun, sebagian besar studi sebelumnya lebih menekankan pada pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan, sementara kajian yang secara spesifik menguji peran harga tiket dan daya tarik terhadap minat kunjungan. khususnya Pantai Santolo, masih terbatas. Selain itu, banyak penelitian terdahulu hanya berfokus pada persepsi wisatawan secara umum tanpa mengaitkannya dengan kondisi aktual destinasi yang sedang berkembang. Kesenjangan lain terlihat dari belum adanya penelitian yang menggabungkan analisis gambaran umum variabel dengan pengujian hubungan antarvariabel tersebut dalam satu model penelitian yang utuh. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk menjawab kekosongan penelitian yang ada dengan memberikan bukti empiris mengenai bagaimana harga tiket dan daya tarik wisata memengaruhi minat kunjungan wisatawan, serta menyajikan gambaran komprehensif mengenai kondisi aktual Pantai Santolo sebagai destinasi wisata.

Berdasarkan pemaparan latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini mencakup gambaran harga tiket, daya tarik wisata, dan minat kunjungan wisatawan di Pantai Santolo, Kabupaten Garut, serta apakah harga tiket dan daya tarik wisata memengaruhi minat berkunjung wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran masing-masing variabel serta menganalisis pengaruh harga tiket dan daya tarik wisata terhadap minat kunjungan wisatawan ke Pantai Santolo. Adapun manfaat penelitian ini secara teoretis diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah di bidang pemasaran pariwisata, khususnya faktor yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan. Secara praktis, temuan-temuan ini bisa dijadikan referensi bagi pengelola Pantai Santolo dalam penetapan harga tiket dan pengembangan daya tarik wisata, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata dan acuan bagi penelitian selanjutnya.

## KAJIAN PUSTAKA

### Minat Kunjungan Wisata

Minat berkunjung dapat dipahami sebagai hasrat atau motivasi yang muncul secara internal pada individu yang kemudian mengarah pada keputusan untuk memilih suatu destinasi wisata (Salim et al., 2023). Minat sendiri merupakan hasil dari perhatian individu terhadap suatu objek tertentu baik berupa aktivitas, orang, maupun benda yang melibatkan aspek kognitif, afektif, dan motorik. Minat berfungsi sebagai motivasi dari dalam diri yang mengarahkan seseorang melakukan aktivitas tertentu, serta cenderung menimbulkan rasa senang sehingga dapat berkembang menjadi kebiasaan (Mony & Prasetyo, 2024).

Dalam konteks pemasaran pariwisata, konsep minat pengunjung berakar dari teori minat membeli pada produk, sehingga prinsip-prinsip dalam minat pembelian dapat diaplikasikan untuk menjelaskan minat wisatawan dalam berbagai jenis kunjungan (Suaidi et al., 2024). Dalam penelitian Umami & Widiati, (2025) menyatakan bahwa minat kunjungan dapat diukur melalui minat transaksional, minat referensi, minat preferensial, minat eksploratif, yang dapat dijelaskan, sebagai berikut:

1. Minat Transaksional, Kecenderungan seseorang untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Adapun indikator yang digunakan ialah Niat berkunjung dan keinginan berkunjung.
2. Minat Referensial, Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan atau merekomendasikan suatu destinasi wisata kepada orang lain. Adapun indikator yang digunakan ialah indikator niat berkunjung dari rekomendasi wisata dan niat berkunjung dari rekomendasi.
3. Minat Preferensial, Minat yang mencerminkan perilaku individu dalam memilih dan memfokuskan preferensinya pada destinasi wisata tertentu.. Adapun indikator yang digunakan ialah Pengunjung konsisten berkunjung ke tempat wisata yang sama dan Memiliki ketertarikan emosional.
4. Minat eksploratif, Menunjukkan kecenderungan seseorang dalam mencari berbagai informasi mengenai suatu destinasi wisata. Adapun indikator yang digunakan ialah Pengunjung secara aktif mencari informasi tentang wisata alam yang ingin di kunjungi dan Perbandingan antara wisata alam.

### Harga Tiket dan Minat Kunjungan

Harga dapat didefinisikan sebagai Sejumlah pengeluaran yang harus ditanggung oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa (Pahmi, 2024). Dalam marketing mix, hanya harga yang secara langsung menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya justru memunculkan biaya. Meskipun menetapkan harga merupakan aspek yang sangat krusial, banyak perusahaan masih menghadapi kendala dalam menentukan strategi harga yang tepat (Bolang et al., 2021). Ketidaktepatan dalam penetapan harga ini dapat berdampak pada rendahnya minat kunjungan, karena wisatawan cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dan manfaat atau pengalaman yang diperoleh. Dengan demikian, strategi harga yang tidak kompetitif atau tidak sebanding dengan kualitas layanan dapat menjadi faktor yang menghambat peningkatan minat berkunjung pada sebuah destinasi wisata.

Dalam perspektif ekonomi klasik, penetapan harga dilakukan perusahaan untuk memperoleh laba yang maksimal. Namun, pada era persaingan global saat ini, banyaknya

variabel yang memengaruhi daya saing membuat proses menentukan harga optimal menjadi semakin kompleks (Rinaldi, 2024). Harga memiliki peranan penting karena berhubungan langsung dengan pendapatan perusahaan sekaligus menjadi faktor yang dapat memengaruhi keputusan konsumen (Wulandari et al., 2022).

Dalam konteks pariwisata, harga tiket masuk sering kali menimbulkan berbagai persepsi di kalangan wisatawan. Persepsi tersebut dapat berupa penilaian apakah harga yang dibayarkan sebanding dengan daya tarik wisata yang ditawarkan, atau justru dianggap mahal karena belum termasuk biaya tambahan seperti parkir maupun fasilitas lainnya (Azolla et al., 2024). Persepsi-persepsi ini berpotensi memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung, terutama ketika harga dianggap tidak sesuai dengan kualitas pengalaman yang diperoleh.

Pemahaman terhadap dimensi harga ini menjadi penting, mengingat ketidaksesuaian harga dengan ekspektasi wisatawan dapat menjadi salah satu penyebab menurunnya minat kunjungan pada suatu destinasi wisata. Dalam penelitian Indrasari (2020) menjelaskan bahwa harga tiket dapat diukur melalui dimensi harga yang dipersepsikan dan harga yang direferensikan yang dapat dijelaskan, Sebagai berikut :

1. Harga yang dipersepsikan, Menunjukkan sejauh mana konsumen dapat memproses informasi harga melalui perbandingan internal (pengalaman masa lalu) dan eksternal (harga pesaing). Persepsi ini melibatkan penilaian terhadap *value-for-money*, di mana keputusan pembelian tidak hanya dipicu oleh harga yang murah, melainkan oleh kesesuaian antara ekspektasi kualitas dengan pengorbanan finansial yang dilakukan. Adapun indikator dari harga yang di persepsikan ialah Kesesuaian harga dengan dengan kualitas pengalaman dan persepsi pengunjung terhadap harga sebagai nilai yang wajar.
2. harga yang direferensikan, dimensi ini mengacu pada sejauh mana harga yang dibayarkan untuk suatu produk, layanan, atau pengalaman dianggap sebanding dengan manfaat, kualitas, serta pengalaman yang mereka peroleh. Adapun indikator yang digunakan ialah perbandingan dengan competitor dan kesesuaian harga berdasarkan harapan sebelumnya.

Sejalan denga penelitian yang dilakukan Suaidi et al., (2024) Harga yang memiliki kontribusi signifikan dalam memengaruhi minat kunjungan, karena evaluasi pengunjung terhadap keseimbangan antara biaya yang dikeluarkan dan kualitas pengalaman yang diterima menentukan persepsi nilai. Apabila harga dipandang wajar, selaras dengan ekspektasi awal, serta kompetitif dibandingkan dengan pilihan sejenis, maka persepsi tersebut cenderung memperkuat kepercayaan dan mendorong niat pengunjung untuk melakukan kunjungan, termasuk kunjungan kembali.

H1: Harga tiket berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan pada Pantai Santolo Kabupaten Garut

### **Daya Tarik Wisata dan Minat Kunjungan**

Daya tarik diartikan sebagai faktor yang bernilai dan menarik bagi wisatawan untuk dikunjungi. Dengan kata lain, daya tarik pariwisata harus mencakup hal-hal yang mampu memikat wisatawan pada sebuah destinasi wisata (Mony & Prasetyo, 2024). Fasilitas adalah unsur penting pada objek wisata untuk menarik minat wisatawan, Faktor-faktor ini memiliki hubungan yang saling memengaruhi. Peningkatan kualitas pada kedua unsur tersebut akan

berbanding lurus dengan meningkatnya minat kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata (Nursifa et al., 2024).

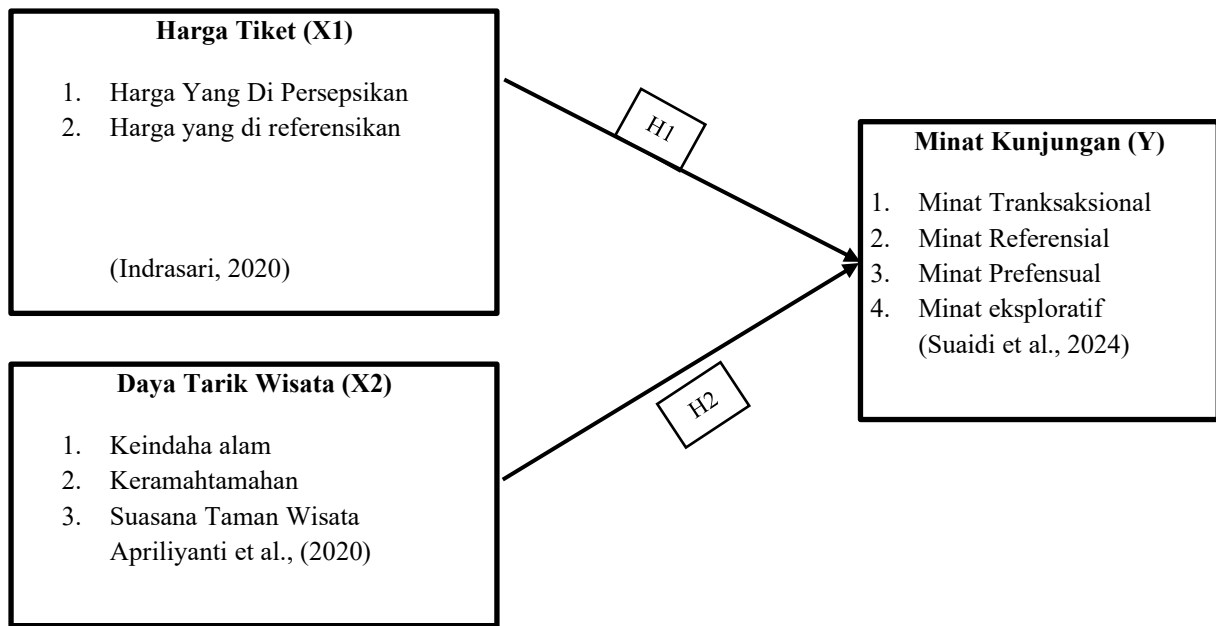
Daya tarik wisata mencakup kondisi atau karakteristik yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Objek wisata dapat diklasifikasikan berdasarkan daya tariknya menjadi dua jenis, yaitu wisata alam dan wisata buatan (Suaidi et al., 2024). Dalam penelitian ini, Dalam penelitian yang di lakukan oleh Apriliyanti et al., (2020) menjelaskan bahwa dimensi daya Tarik wisata yang digunakan untuk mengukur harga tiket mencakup Keindahan alam, Keramahtamahan, Suasana taman wisata yang dapat dijelaskan, sebagai berikut:

1. Keindahan alam, mengacu pada seluruh potensi sumber daya alam yang memiliki keunikan, keindahan, dan karakteristik khas. Adapun indikator yang digunakan ialah Kebersihan taman wisata dan taman wisata buatan.
2. Keramahtamahan, sejauh mana sikap dan perilaku pengelola wisata yang ramah, hangat, serta pelayanan yang diberikan. Dengan indikator keramahan sikap karyawan dan Sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pengunjung.
3. Suasana Taman wisata, mengacu pada kondisi atau atmosfer keseluruhan yang dirasakan oleh pengunjung ketika berada di suatu tempat. Adapun indikator yang digunakan suasana di taman wisata yang nyaman dan taman wisata ramai dikunjungi.

Secara teoritis, salah satu faktor paling kuat yang memengaruhi keputusan wisatawan dapat dilihat dengan seberapa menarik destinasi. Semakin kuat daya tarik wisata, semakin tinggi ketertarikan emosional dan kognitif wisatawan sehingga meningkatkan minat kunjungan. Pengunjung menilai destinasi berdasarkan estetika, pengalaman unik, kenyamanan, dan aktivitas yang ditawarkan. Daya tarik wisata meningkatkan persepsi nilai (*perceived value*), yang berujung pada niat untuk berkunjung. Daya tarik wisata sebagai penentu utama pembentukan minat, semakin tinggi tingkat daya tarik suatu destinasi, baik yang bersumber dari potensi alam, kekayaan budaya, maupun atraksi buatan, maka semakin besar pula minat wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik yang kuat menciptakan pengalaman yang diharapkan wisatawan, sehingga meningkatkan persepsi nilai dan mendorong minat kunjungan (Salina & Ardiansyah, 2024).

H2: Terdapat pengaruh Daya Tarik wisata terhadap minat kunjungan wisatawan pada Pantai Santolo kabupaten Garut.

Berdasarkan uraian tersebut, hubungan antarvariabel dapat direpresentasikan melalui kerangka berpikir berikut:



Gambar 1. Kerangka Berfikir

## METODE

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif guna menganalisis pengaruh harga tiket dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung di Pantai Santolo. Teknik analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menghasilkan estimasi model yang akurat dan terukur (Sugiyono 2018). Populasi penelitian adalah seluruh pengunjung Pantai Santolo selama enam bulan terakhir, berjumlah 6.982 orang. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel minimum pada populasi terbatas (Antoro, 2024). Berdasarkan hasil perhitungan:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Pada dasarnya penggunaan rumus slovin menggunakan 10% atau 0,1 dan 5% atau 0,05), penggunaan tingkat kesalahan sebesar 0,1 %, maka banyaknya sampel yang akan digunakan, berikut ini :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 6982 / (1 + (6982 \times 0,1^2))$$

$$n = 99$$

Perolehan hasil dibulatkan menjadi 100, maka dapat diketahui 100 Responden dijadikan sampel penelitian. Data primer dikumpulkan dengan kuesioner yang akan didistribusikan kepada 100 pengunjung Pantai Santolo sebagai responden utama, didukung oleh data sekunder dari literatur terkait. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima kategori untuk mengukur persepsi responden terhadap indikator-indikator variabel yang telah diadaptasi dari

penelitian yang telah ada dan disesuaikan dengan konteks destinasi wisata guna menjamin validitas pengukuran bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0.

## ANALISA DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Objek Penelitian

Studi ini berjumlah 100 responden dengan populasi yang ada, yang diantaranya adalah pengunjung Pantai Santolo. Berdasarkan hasil sebaran quisoner mayoritas responden ialah laki-laki dengan persentase sebesar 61% dengan jumlah 61 orang. karena sebagian besar pengunjung pada saat pengumpulan data merupakan wisatawan pria yang sedang berkunjung secara berkelompok maupun individu. Rentang usia responden di dominasi oleh responden yang berusia 17–25 tahun sebanyak 66 orang atau 61%. Pada jenis pekerjaan didominasi oleh mereka yang berstatus karyawan swasta dengan persentase 40% dengan jumlah orang sebanyak 40 orang. Kemudian, pada rentang pendapatan didominasi oleh mereka yang berpenghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 62% atau 62 responden, Hal ini menunjukkan bahwa objek wisata Pantai Santolo masih tergolong terjangkau oleh kelompok masyarakat menengah, yang mendominasi kelompok pendapatan dalam rentang Rp2.000.0000 – Rp. 3.000.000.

**Tabel. 1** Rekapitulasi Karakteristik Responden

Variabel Demografis	Jumlah	Persentase
a. Jenis Kelamin		
1. Laki-Laki	61	61%
2. Perempuan	39	39%
b. Usia		
1. 17 s/d 25 Tahun	66	66%
2. 26 s/d 30 Tahun	30	30%
3. 31 s/d 40 Tahun	4	4%
> 40 Tahun	3	3%
c. Pendidikan		
1. Sma/Smk	50	50%
2. D3	44	44%
3. S1	6	6%
d. Pekerjaan		
1. Pelajar/Mahasiswa	40	40%
2. Karyawan Swasta	15	15%
3. Wirausaha	35	35%
d. Pegawai Negeri Sipil	10	10%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

### Uji Validitas

Setiap indikator pada variabel penelitian menunjukkan Cross loading tertinggi muncul pada konstruk tempat indikator tersebut berasal, sehingga menunjukkan validitas diskriminan yang memadai. Seluruh konstruk yang digunakan pada *study* ini telah memenuhi *discriminant validity* secara memadai, di mana indikator-indikator pada masing-masing blok konstruk

memiliki keterkaitan yang lebih kuat dengan konstruknya sendiri daripada dengan konstruk lain (Putra, 2024).

**Tabel 2.** Nilai *Cross Loadings*

Variabel	Item Pernyataan/ Indikator	Nilai	Kesimpulan
<b>Harga Tiket</b>	HT 1	0.874	Valid
	HT 2	0.947	Valid
	HT3	0,919	Valid
	HT4	0.896	Valid
<b>Daya Tarik Wisata</b>	DW 1	0.788	Valid
	DW 2	0.857	Valid
	DW 3	0.86	Valid
	DW 4	0,828	Valid
	DW 5	0.846	Valid
	DW 6	0,844	Valid
<b>Minat Berkunjung</b>	MK_1	0.842	Valid
	MK_2	0,86	Valid
	MK_3	0.896	Valid
	MK_4	0,832	Valid
	MK_5	0.836	Valid
	MK_6	0,852	Valid
	MK_7	0.846	Valid

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

### Uji Reliabilitas

Seluruh konstruk memperlihatkan perolehan pengujian *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* yang melebihi 0.70, menegaskan konstruk-konstruk tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang memadai sesuai dengan kriteria minimum yang diterima secara umum dalam penelitian ilmiah (Tabara & Jejen, 2025).

**Tabel 3.** Rekapitulasi Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<b>Harga_(X1)</b>	0.930	0.950
<b>Daya Tarik Wisata_(X2)</b>	0.915	0.934
<b>Minat Kunjungan_(Y)</b>	0.946	0.955

### Analisa Inner Model

#### R Square

Kriteria seberapa baik kedua variable independent menjelaskan variabel dependent. Semakin tinggi nilainya, semakin baik. Umumnya, nilai 0.75 mendapatkan kriteria kuat, 0.50 sedang, dan 0.25 lemah (Tianto et al., 2025). Konstruk Minat kunjungan sebesar 0,763 menunjukkan harga tiket dan daya Tarik wisata memiliki hubungan 76,3% terhadap minat kunjungan pada objek wisata Pantai Santolo. 23,7% dipengaruhi oleh variabel yang tidak

diteliti dan turut mendong niat wisatawan untuk berkunjung. Faktor-faktor inilah yang menjelaskan 23,7% pengaruh di luar variabel yang diteliti.

**Tabel 4.** Pengujian Koefisien determinasi

	R Square	R Square Adjusted
Minat Kunjungan_(Y)	0.763	0.758

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

### Uji Hipotesis (t)

Nilai signifikansi konstruk, nilai t statistik, dan nilai P-value dapat diamati untuk menentukan validitas hipotesis. H1 diterima dan H0 ditolak jika T-statistik signifikansinya lebih besar dari 1,96 dan nilai P-value dibawah 0,05, hipotesis dapat diterima, Sebagai berikut: Signifikansi konstruk dapat ditentukan dengan mengamati koefisien jalur dan nilai *t-test*. Apabila nilai *p-value* kurang dari 0,05, maka konstruk dinyatakan signifikan. Sebaliknya, jika nilai *p-value* lebih besar dari 0,05, maka konstruk tersebut dinilai tidak signifikan.

### Pengaruh Harga tiket Terhadap Minat kunjungan

Perolehan nilai t sebesar 1,972 dengan tingkat signifikansi (p-value) sebesar 0,049. Hal ini menunjukkan bahwa perolehan nilai t statistics > 1,96 dan nilai p yang < 0.05 menunjukkan bahwa Harga tiket terhadap minat kunjungan berpengaruh signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini berarti, H1 diterima harga tiket berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan. Dengan demikian, semakin meningkat keterjangkauan harga, semakin tinggi niat pengunjung untuk berkunjung pada objek wisata alam Pantai Santolo kabupaten Garut.

### Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat kunjungan

Tabel menunjukkan nilai t sebesar 6,713 serta dapat diketahui nilai p sebesar 0.000. Nilai t statistics yang > 1.96 serta nilai p < 0,05. Ini membuktikan bahwa Daya tarik wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Dengan demikian, H2 Diterima Variabel daya Tarik wisata memengaruhi minat kunjungan. Daya tarik wisata yang semakin kuat cenderung mendorong peningkatan niat wisatawan dalam mengunjungi objek wisata Pantai Santolo, Kabupaten Garut.

**Tabel 5.** Koefisien Jalur

Hubungan Variabel	Original Sample	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Nilai t	P Values
Daya Tarik Wisata_(X2)_ -> Minat Kunjungan_(Y)	0.690	0.700	0.103	6.713	<b>0.000</b>
Harga_(X1)_ -> Minat Kunjungan_(Y)	0.217	0.209	0.110	1.972	<b>0.049</b>

Sumber : Olahan Data Peneliti, 2025

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Harga Tiket Terhadap Minat Kunjungan**

Harga tiket berperan penting dalam mendorong niat berkunjung wisatawan. Dari seluruh dimensi yang digunakan terbukti mendorong pada minat berkunjung wisata melalui indikator yang saling berkaitan. Harga yang dipersepsikan sangat penting dalam mendorong minat berkunjung wisatawan hal ini dikarenakan pengunjung akan menilai sesuai atau tidaknya penerapan harga dengan harapan pengunjung. Pengunjung menilai dengan harga yang diterapkan dapat dikatakan wajar dan tidak terlalu mahal jika sebanding dengan wisata alam sejenis.

Hasil penelitian dari Diastuti & Yulianto, (2025) Harga menjadi salah satu pertimbangan utama wisatawan dalam keputusan berkunjung ke objek wisata. Penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan minat kunjungan, karena wisatawan menilai sejauh mana biaya yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang diperoleh

Hasil penelitian ini sejalan dengan Suaidi et al., (2024) Terdapat pengaruh antara harga tiket dengan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan (Y). Variabel Harga Tiket memengaruhi variabel Minat Berkunjung. Rinaldi, (2024) Menyatakan bahwa Pengaruh harga tiket dan fasilitas terhadap minat berkunjung di objek wisata Pantai Gandorah di Kota Pariaman dilihat dari sudut pandang ekonomi syariah.

### **Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan**

Telah terbukti bahwa Daya tarik berperan penting dalam mendorong niat berkunjung wisatawan. Dari seluruh dimensi yang digunakan terbukti mendorong pada minat berkunjung wisata melalui indikator yang saling berkaitan. Kebersihan taman wisata juga turut mendukung pada minat berkunjung, kebersihan taman wisata sangat penting karena menyangkut dengan kenyamanan para pengunjung. Di Objek penelitian sendiri selalu membersihkan Kawasan pantai dan sekitarnya, hal ini di karenakan untuk menjaga kelestarian lingkungan dan juga kenyamanan berkunjung terlebih mayoritas pekerjaan masyarakat di sekitar Pantai Santolo adalah nelayan. Dimensi keramahtamahan juga berperan penting dalam meningkatkan minat berkunjung, hal ini di karenakan pengunjung membutuhkan pelayanan yang baik. Jika pengelola dapat berkomunikasi dengan baik menggunakan tutur Bahasa yang sopan dan santun maka pengunjung akan merasa nyaman dan dapat meningkatkan minat berkunjung mereka.

Daya Tarik wisata berperan penting dalam mendorong niat berkunjung wisatawan. Azolla et al., (2024) Salah satu faktor yang memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung adalah daya tarik wisata. Aspek seperti kelayakan fasilitas, kemudahan akses, layanan pendukung yang menarik, serta kelengkapan sarana lainnya dapat meningkatkan ketertarikan wisatawan. Daya tarik wisata yang memiliki citra positif akan memberikan nilai tambah bagi pengunjung, karena kualitas daya tarik yang baik akan membentuk kesan dan tingkat ketertarikan wisatawan setelah berkunjung. Hasil ini mendukung temuan-temuan penelitian sebelumnya Umami & Widiati, (2025) Menyatakan dalam penelitiannya bahwa daya tarik wisata memengaruhi minat berkunjung wisatawan.

## SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran kondisi variabel penelitian serta Meneliti sejauh mana harga tiket memengaruhi minat berkunjung pada suatu destinasi. Kemudian, Sejauh mana variabel penelitian dapat memengaruhi minat kunjungan wisatawan. Berdasarkan hasil analisis data, seluruh variabel penelitian secara umum berada pada kategori baik, meskipun terdapat beberapa indikator yang memperoleh nilai terendah dan masih memerlukan perbaikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tiket berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Temuan ini mengindikasikan tingkat kesesuaian harga tiket dengan manfaat dan fasilitas yang dirasakan wisatawan, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berkunjung. Selain itu, daya tarik wisata juga terbukti memengaruhi minat kunjungan. Hal ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas, keunikan, serta keberagaman dari daya Tarik mendorong peningkatan minat kunjungan ke Pantai Santolo. Pantai Santolo perlu menerapkan strategi penetapan harga yang kompetitif dan sebanding dengan kualitas fasilitas serta pengalaman wisata yang ditawarkan. Di samping itu, pengelola diharapkan terus melakukan pengembangan dan inovasi daya tarik wisata, baik dari aspek keindahan alam, kelengkapan fasilitas, maupun penyelenggaraan aktivitas wisata, guna meningkatkan daya saing destinasi dan menarik lebih banyak wisatawan.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan, salah satunya terkait dengan jumlah responden yang digunakan terbatas serta cakupan variabel independen yang hanya meliputi harga tiket dan daya tarik wisata. Penelitian ini juga dilakukan pada satu lokasi wisata sehingga hasil penelitian belum sepenuhnya dapat digeneralisasikan pada destinasi wisata lainnya. Maka dari itu, peneliti menyarankan secara kompherensif bagi pengelola maupun peneliti selanjutnya, sebagai berikut :

Bagi pengelola wisata alam Pantai Santolo, disarankan untuk meninjau kembali kebijakan penetapan harga tiket agar tetap kompetitif dan sebanding dengan kualitas fasilitas serta pengalaman wisata yang ditawarkan. Pengelola juga perlu meningkatkan dan mengembangkan daya tarik wisata, khususnya pada indikator-indikator yang masih memiliki nilai rendah, melalui penambahan fasilitas pendukung, peningkatan kebersihan, serta penyediaan aktivitas wisata yang lebih beragam guna meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Selain itu, pengelola diharapkan dapat memperhatikan aspek keberlanjutan dengan menjaga kelestarian lingkungan serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan agar tercipta pengalaman berkunjung yang positif dan berkelanjutan. Upaya promosi yang lebih intensif dan pemanfaatan media digital juga disarankan untuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan daya tarik destinasi wisata Pantai Santolo.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah responden dan memperluas objek penelitian, serta memasukkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, aksesibilitas, promosi, citra destinasi, dan kepuasan wisatawan. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan metode analisis yang lebih beragam agar memperoleh hasil yang lebih mendalam dan komprehensif.

## REFERENSI

- Antoro, B. (2024). Analisis Penerapan Formula Slovin Dalam Penelitian Ilmiah: Kelebihan, Kelemahan, Dan Kesalahan Dalam Perspektif Statistik. 1, 53–63. <https://jurnal.ananpublisher.com/index.php/jmsh>
- Apriliyanti, E., Hidayah, S., & Za, S. Z. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda *Tourist Satisfaction Of Commercial Images As A Center Of Cultural Reflection Typical Of Samarinda City*. 12(1), 145–153. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen/article/view/7308/pdf>
- Azolla, D., Afi, Y., Diantanti, N. P., & Darajat, A. H. (2024). Pengaruh Diversifikasi Produk, Daya Tarik Wisata Dan Harga Tiket Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan The Effect Of Product Diversification, Tourist Attractions And Ticket Prices On Tourist Repeat Interest. 2, 11–21.
- Diastuti, N., & Yulianto, A. E. (2025). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Pasir Putih Delegan Gresik. <https://ejournal.appisi.or.id/index.php/tamasya/article/view/38>
- Fadilla, H. (2024). Pengembangan Sektor Pariwisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Daerah Di Indonesia. 2(1), 36–43. <https://doi.org/10.31080/benefit>
- Indrasari, M. (2020). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo.
- Mony, R., & Prasetyo, H. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Media Sosial Dan Nilai Terhadap Minat Berkunjung Ke Desa Wisata Hutan Mangrove Kulon Progo Yogyakarta Ruslia. 2(1), 51–79.
- Nursifa, D., Nurhasan, R., & Adiatma, D. (2024). Pengaruh Amenitas Dan Daya Tarik Wisata Jimea | *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*. 8(3), 1412–1427. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/4625>
- Putra, T. P. (2024). Journal Of Business And Market Innovations (Jbmi) *Journal Of Business And Market Innovations (Jbmi)*. 1. <https://jbmi.journal-icesb.org/index.php/jbmi>
- Rinaldi, A. (2024). Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Gandorih Kota Pariaman Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. 2(2), 509–518. <https://naaspublishing.com/index.php/jaamter/article/view/42/96>
- Salina, N., & Ardiansyah, I. (2024). Pengaruh Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Taman Wisata Alam Angke Kapuk. 7.
- Suaidi, Ahmad Wafdan, Purwanto, H., & Fatmaka, I. Ayu. (2024). Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung (Studi Empiris Pada Wisata Danau Ngebel Ponorogo). September.
- Tabara, R., & Jejen, L. (2025). Membongkar Hubungan Antara Kreativitas Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa Papua Di Universitas Nani Bili Nusantara. November, 148–160.
- Tianto, R., Kholid, I., Noorthirafi, & Qashmal, G. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Terciptanya Loyalitas Pelanggan Pada Smartphone Samsung Di Surabaya Timur. 11(1), 40–54.
- Ummi, M., & Widiati, E. (2025). Peningkatan Minat Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Tangkahan Di Kabupaten Langkat Melalui Penggunaan Media Sosial Instagram. 8(April), 1–7.