

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki keanekaragaman sumber daya alam yang melimpah, baik berupa peninggalan sejarah, kekayaan budaya, maupun potensi alam yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata (Fitriana & Irzan, 2022). Potensi tersebut menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu bidang strategis yang berperan penting dalam meningkatkan perekonomian nasional sekaligus memperkenalkan identitas dan kekayaan budaya bangsa kepada dunia. Lampung merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terletak di ujung Pulau Sumatera dengan luas 35.376 km². Lampung sendiri terkenal dengan objek wisata pantainya yang menawan dan letaknya berbatasan langsung dengan Selat Sunda. Tak hanya wisata pantainya, tetapi juga terdapat berbagai jenis objek wisata lainnya, diantaranya wisata sejarah, wisata alam, dan wisata buatan (Suhartina, 2023). Oleh karena itu, promosi atau pengenalan objek wisata mempunyai peranan yang penting dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung baik wisatawan lokal maupun mancanegara (Habibi, 2025).

Setiap orang menyadari potensi pariwisata Indonesia yang melimpah dan beragam, potensi suatu daerah sebagai objek wisata tidak dapat disebut destinasi jika tidak memenuhi 3A, yaitu Atraksi, amenitas atau fasilitas, dan Aksesibilitas. Oleh karena itu, pemerintah dalam lima tahun ke depan akan berupaya meningkatkan promosi pariwisata dengan memanfaatkan teknologi informasi secara lebih optimal. Selain itu, pemerintah juga akan mengembangkan jenis wisata lainnya yang berbasis budaya dan meningkatkan citra pariwisata.(Abimayu, 2023)

Tabel 1. 1 Kunjungan Wisatawan Provinsi Lampung Periode 2019-2025

No	Tahun	Jumlah Wisatawan Nusantara ke Lampung
1	2019	17.022.530
2	2020	8.525.722
3	2021	9.176.866
4	2022	10.925.704
5	2023	13.760.697
6	2024	17.875.613

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Lampung 2025

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Provinsi Lampung, jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Lampung menunjukkan fluktuasi yang signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019, jumlah kunjungan wisatawan mencapai 17.022.530 orang. Namun, pandemic Covid-19 yang melanda pada tahun 2020 menyebabkan penurunan drastis hingga hampir separuhnya, yaitu hanya mencapai 8.525.722 wisatawan. Meskipun demikian, sektor pariwisata mulai menunjukkan pemulihan sejak tahun 2021, dengan jumlah kunjungan meningkat menjadi 9.176.866 orang, dan terus tumbuh menjadi 10.925.704 pada tahun 2022. Tren positif ini berlanjut pada tahun 2023, di mana jumlah wisatawan meningkat pesat hingga 13.760.697 kunjungan, bahkan melebihi target awal yang hanya sebesar 5,5 juta wisatawan. Perkiraan resmi dari pemerintah daerah mencatat bahwa pada tahun 2024, jumlah kunjungan wisatawan ke Lampung akan kembali melampaui angka sebelum pandemic, yakni sebesar 17.875.613 kunjungan.

Lampung Selatan memiliki potensi wisata alam yang besar dengan keindahan daratan, lautan, pegunungan, serta pantai yang menjadikannya destinasi ideal. Wilayah ini termasuk daerah tropis dan memiliki pulau-pulau indah seperti Krakatau, Sebesi, Sebuku, dan Legundi. Dengan luas dan kondisi alamnya. Lampung selatan berpotensi mengalami kemajuan di sektor pariwisata. Wisata alam di daerah ini meliputi pantai-pantai menarik yang masing-masing memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan (Habibi, 2025).

Tabel 1. 2 Jumlah Wisatawan di Lampung Selatan 2019-2024

No	Tahun	Total Kunjungan
1	2019	463.013
2	2020	236.173
3	2021	443.879
4	2022	616.792
5	2023	730.322
6	2024	1.486.743

Sumber: Pariwisataalamsel 2024

Secara Khusus, Kabupaten Lampung Selatan juga mengalami perkembangan signifikan. Berdasarkan data resmi dari Dinas Pariwisata Lampung Selatan dan Badan Pusat Statistik, pada tahun 2019 jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah ini tercatat sebanyak 463.013 orang. Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan signifikan akibat pandemic covid-19, dimana jumlah kunjungan menurun drastis menjadi 236.173 orang. Pemulihan mulai terlihat pada tahun 2021 dengan total 443.879 kunjungan, yang kemudian meningkat secara konsisten pada tahun-tahun berikutnya. Tahun 2022 mencatat sekitar 616.792 wisatawan, dan pada 2023 jumlah tersebut naik menjadi sekitar 730.22 kunjungan, dengan wisata bahari seperti pantai menjadi penyumbang terbesar.

Puncak kunjungan terjadi pada tahun 2024, di mana total wisatawan yang datang ke Lampung Selatan mencapai sekitar 1.100.789 hingga 1.510.813 orang, menjadikan tahun tersebut sebagai rekor tertinggi dalam satu dekade terakhir. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa wisata Lampung Selatan, terutama wisata pantai, menjadi daya Tarik utama wisatawan.

Lampung Selatan dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi pariwisata yang berkembang pesat serta posisi strategis sebagai pintu gerbang Pulau Sumatera. Wilayah ini dilalui oleh Tol Trans-Sumatera dan berdekatan dengan Pelabuhan Bakauheni, yang menjadi jalur utama mobilitas masyarakat dari Pulau Jawa menuju Sumatera. Kondisi tersebut menjadikan Lampung Selatan memiliki aksesibilitas tinggi bagi wisatawan domestik maupun luar daerah. Kabupaten

Lampung Selatan memiliki posisi strategis karena menjadi pintu masuk utama Pulau Sumatera serta memiliki potensi wisata pesisir yang besar untuk dikembangkan, terutama pada kawasan pantai dan desa wisata pesisir. Pandangan ini menegaskan bahwa lokasi geografis Lampung Selatan berperan penting dalam mendukung pertumbuhan sektor pariwisata daerah (Persada et al., 2022).

Selain faktor geografis, perkembangan pariwisata di Lampung Selatan juga memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian lokal. Sektor pariwisata dan industri jasa lainnya secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Lampung Selatan periode 2018–2022. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah wisatawan memiliki dampak langsung terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat (Arinda, 2024).

Dari segi karakteristik destinasi, Lampung Selatan dikenal dengan kekayaan wisata bahari yang beragam seperti Pantai Rio by The Beach, Pantai Marina, Pantai Mbeach, dan Pantai Minang Rua. Fasilitas umum, kebersihan, dan kenyamanan merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata pantai di Kabupaten Lampung Selatan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa faktor pelayanan, fasilitas, dan harga memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pengunjung (Saputra et al., 2023).

Pengalaman dan perilaku pengunjung di destinasi wisata di Lampung sangat dipengaruhi oleh cara destinasi menyampaikan nilai budaya dan pesan melalui pelayanan, fasilitas, serta interaksi dengan wisatawan. Pernyataan ini menegaskan bahwa aspek komunikasi dalam pelayanan dan pengelolaan fasilitas turut menentukan tingkat kepuasan wisatawan (Djausal et al., 2025).

Dengan demikian, pemilihan Lampung Selatan sebagai lokasi penelitian tidak hanya relevan dari segi potensi wisata dan kontribusi ekonomi, tetapi juga memiliki nilai ilmiah dalam konteks komunikasi pariwisata. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi, peningkatan kualitas pelayanan, serta pengelolaan destinasi wisata yang berorientasi pada kepuasan pengunjung.

Provinsi Lampung dikenal memiliki destinasi wisata yang beragam, mulai dari wisata bahari, wisata alam, hingga wisata buatan, yang tersebar di berbagai kabupaten dan kota. Setiap destinasi memiliki daya Tarik tersendiri yang mampu menarik wisatawan, baik dari dalam provinsi maupun luar daerah. Beberapa objek wisata bahari menjadi unggulan karena popularitasnya yang tinggi, fasilitas yang memadai, kemudahan akses, serta nilai estetika dan rekreasi yang ditawarkan. Berdasarkan informasi dari Pariwisata Lampung Selatan, sejumlah destinasi seperti Pantai Rio by The Beach, Pantai Aurora, dan Pantai Mbeach menjadi pilihan utama wisatawan. Tabel berikut menyajikan daftar objek wisata favorit di Lampung Selatan beserta lokasi masing-masing.

Tabel 1. 3 Objek Wisata Favorit di Lampung Selatan

No	Obyek Wisata	Lokasi Obyek wisata	Jumlah Kunjungan (Periode/Keterangan)
1	Pantai Rio by The Beach	Merak Belantung, Kalianda, Lampung Selatan	35.159 pengunjung (libur Lebaran 1–8 Apr 2025).
2	Pantai Marina	Merak Belantung, Kalianda, Lampung Selatan	16.707 pengunjung (libur Lebaran 1–8 Apr 2025)
3	Pantai Mbeach	Merak Belantung, Kalianda, Lampung Selatan	15.393 pengunjung (libur Lebaran 1–8 Apr 2025).
4	Pantai Aurora	Way Urang, Kalianda, Lampung Selatan	10.000 pengunjung (libur Lebaran 1–8 Apr 2025).
5	Way Tebing Cepa (WTC)	Penengahan, Lampung Selatan	8.000 pengunjung (libur Lebaran 1–8 Apr 2025).
6	Slanik Waterpark	Jati Agung, Lampung Selatan	6.246 pengunjung (libur Lebaran 1–8 Apr 2025).

No	Obyek Wisata	Lokasi Obyek wisata	Jumlah Kunjungan (Periode/Keterangan)
7	Sanggar Beach	Way Urang, Kalianda, Lampung Selatan	5.518 pengunjung (libur Lebaran 1–8 Apr 2025).
8	Pantai Minang Rua	Bakaubeni, Lampung Selatan	3.107 pengunjung (libur Lebaran 1–8 Apr 2025).
9	Makam Raden Intan II	Penengahan, Lampung Selatan	1.215 pengunjung (libur Lebaran 1–8 Apr 2025)
10	Pemandian Air Panas	Natar, Lampung Selatan	1.000 pengunjung (libur Lebaran 1–8 Apr 2025).

Sumber: Pariwisata Lampung Selatan 2025

Pantai Rio by The Beach yang terletak di Merak belantung, Kalianda, Lampung Selatan, merupakan salah satu destinasi wisata bahari yang baru diresmikan pada April 2024 dan langsung menjadi primadona bagi wisatawan lokal maupun luar daerah. Sejak awal pembukaannya, pantai ini berhasil menarik perhatian public berkat keunikan konsep dan kemasan destinasi yang berbeda dari pantai-pantai lain di wilayah Lampung. Pantai ini memiliki garis pantai yang dihiasi pasir putih halus, air laut biru jernih, serta panorama pohon kelapa yang tersusun rapi, memberikan kesan alami dan menenangkan bagi pengunjung. Konsep penataan Pantai Rio by The Beach mengadopsi nuansa tropis ala Bali yang dipadukan dengan elemen estetika modern, menciptakan suasana eksotis dan fotogenik yang sangat diminati wisatawan, khususnya kalangan muda yang aktif di media sosial.

Fasilitas di Pantai Rio by The Beach juga tergolong lengkap dan interaktif, pengunjung dapat menikmati gazebo, bean bag, food court, toilet bersih, muhsola, serta berbagai wahana seperti area voli pantai, mini soccer, dan jungle Gym dalam harga tiket Rp 35.000 hingga Rp 40.000 per orang.

Selain fasilitas, kualitas pelayanan di Pantai Rio by The Beach juga menjadi salah satu faktor yang mendukung kenyamanan pengunjung. Pengelola pantai menekankan pentingnya keramahan dan profesionalisme staf dalam melayani wisatawan, seperti dalam memberikan informasi, menjaga kebersihan area, serta

menanggapi kebutuhan dan keluhan pengunjung secara cepat. Setiap area pantai dijaga oleh petugas kebersihan dan keamanan, sementara staf operasional dibekali pelatihan pelayanan publik agar interaksi dengan wisatawan tetap sopan dan komunikatif. Hal ini menjadikan Pantai Rio by The Beach memiliki standar pelayanan yang relatif baik dibandingkan destinasi pantai lain di kawasan Lampung Selatan.

Sejak dibuka, Pantai Rio by The Beach dengan cepat viral di media sosial berkat promosi digital dan unggahan pengunjung yang membagikan pengalaman mereka. Fenomena ini sesuai dengan tren pariwisata era digital, di mana user generated content berperan besar dalam membentuk citra destinasi dan mempengaruhi minat kunjungan. Tingginya interaksi dan ulasan positif di platform seperti Instagram dan TikTok membuat pantai ini semakin dikenal luas, dan puncak kunjungan biasanya terjadi pada akhir pekan dan musim libur Panjang. Kombinasi antara daya tarik alam yang indah, konsep penataan modern yang estetik, fasilitas memadai, harga terjangkau serta opilaritas di media sosial inilah yang menjadikan Pantai Rio by The Beach sebagai salah satu objek wisata teravorit di Lampung Selatan.



Gambar 1. 1 Penghargaan Destinasi Wisata Lampung Terinspirasi

Sumber: Instagram @riobythebeach 2024

Salah satu wisata terfavorit yang baru dikembangkan dan menunjukkan daya Tarik besar adalah Pantai Rio by The Beach, yang resmi dibuka pada 5 April 2024. Meskipun baru beroperasi, pantai ini meraih penghargaan sebagai pantai

terinspirasi dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung pada 16 Mei 2024. Penghargaan ini diberikan atas inovasi dan kontribusi Pantai Rio dalam mengembangkan pariwisata lokal yang kreatif. Bahkan saat libur Lebaran 2025, pantai ini menerima 35.159 pengunjung hanya dalam waktu satu minggu (Phri, 2025). Hal ini menunjukkan popularitas pantai ini sebagai destinasi wisata favorit di Lampung Selatan.

Sebagai destinasi wisata yang berkembang pantai ini tidak hanya menawarkan keindahan alam yang memukau, tetapi juga fasilitas wisata yang mendukung pengalaman wisata yang lebih menyenangkan dan menarik bagi pengunjung. Hal ini sejalan dengan kebutuhan masyarakat kota yang dinamis sering mencari destinasi alam untuk melepas penat, dan wisata sering dijadikan cara membangun citra diri serta identitas (Habibi, 2025).

Kepuasan merupakan suatu penilaian yang diberikan konsumen mengenai perbandingan kondisi suatu berupa barang ataupun jasa yang telah diberikan dari pihak perusahaan dengan harapan konsumen. Kepuasan pengunjung sangatlah penting bagi pemilik bisnis demi kelangsungan jangka Panjang usahanya, karena kepuasan pengunjung adalah suatu tingkat kebutuhan dari pelanggan yang harus terpenuhi sehingga mengakibatkan terjadinya kunjungan ulang dan kesetiaan pada tempat yang dia kunjungi. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tolak ukur bagi pembisnis untuk mengetahui kedepannya atau ada yang harus dirombak karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan, jika pelanggan merasa tidak puas maka dia akan tidak mau berkunjung Kembali atau juga dia bisa mengeluhkan ketidakpuasannya kepada pelanggan lainnya dan dapat merugikan pihak pemilik bisnis (Halim, 2023).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu variable yang berperan dalam keberhasilan perusahaan. Pelayanan yang baik melebihi harapan pengunjung dan sebaliknya. Layanan yang buruk menciptakan anggapan bahwa layanan yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan pengunjung. Pengunjung akan Kembali dan melakukan kunjungan berulang kali, dan mereka akan mempromosikan jasa yang ditawarkan oleh penyedia layanan kepada kontak terdekat mereka, menunjukkan bahwa pengunjung senang dengan layanan yang mereka dapatkan selama proses

transaksi. Candra sugiarto. Kulaitas pelayanan yaitu anggapan mereka saat menggunakan jasa terhadap pelayanan yang senyatanyatanya pengunjung rasakan atau nikmati dengan pelayanan yang sebetulnya mereka harapkan terhadap atributatribut pelayanan objek wisata (Jayanti & Yulianthini, 2022).

Fasilitas adalah semua peralatan yang bersiat fisik dan disediakan oleh pihak perusahaan atau pemilik usaha agar dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen. Salah satu yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan pariwisata merupakan sarana (kemudahan) yang akna berpengaruh pada kepuasan. Sarana asilitas) wisata merupakan seluruh sarana yang gunanya memenuhi seluruh kebutuhan wisatawan yang tinggal dalam waktu yang lama maupun hanya singgah di wilayah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka bisa santai menikmati serta berpartisipasi dalam aktivitas yang ada di wilayah tujuan wisata tersebut (Jayanti & Yulianthini, 2022).

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa (Lumempow et al., 2023). Harga adalah satu-satunya elemen baruan yang mendatangkan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan. Harga jug abersifat fleksibel artinya dapat berubah dengan cepat. Setiap perusahaan perlu memikirkan dan menetapkan harga dengan tepat untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal tanpa mengalami kerugian.

Sejumlah penelitian sebelumnya secara konsisten menunjukkan adanya keterkaitan yang sama antara variable kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga dengan kepuasan pengunjung di berbagai destinasi wisata. Misalnya, penelitian oleh (Tamam, Herwanto, 2024) yang dilakukan di Pantai Kedu Warna, Lampung Selatan, menemukan bahwa ketiga variable tersebut, baik secar asimultan maupun parsial, memiliki pengaruh positi dan signifikan terhadap tingkat kepuasan wistawan. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa dalam konteks destinasi wisata pantai, kepuasan pengunjung tidak hanya ditentukan oleh keindahan alam, tetapi sangat dipengaruhi oleh bagaimana apelayanan diberikan, kelengkapan dan kenyamanan fasilitas yang tersedia, serta persepsi terhadap harga yang dibayarkan.

Dalam studi tersebut dijelaskan bahwa pengunjung merasa puas ketika pelayannya ramah dan informatif, fasilitas seperti kamar mandi, tempat duduk, dan area parkir maemadai, serta harga tiket masuk sesuai dengan nilai pengalaman yang dirasakan.

Hasil serupa juga diungkap dalam penelitian oleh (Alya Rahmita et al., 2024) yang mengambil lokasi di Museum Satwa Internasional di Medan. Studi ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas merupakan dua faktor dominan yang memengaruhi kepuasan pengunjung secara signifikan. Museum sebagai objek wisata edukatif memerlukan pendekatan yang lebih dari sekedar atraksi visual, melainkan juga dari segi kenyamanan fasilitas seperti ruang interaktif, toilet yang bersih serta staf yang mampu membimbing pengunjung dengan baik. Penelitian ini memperkuat gagasan bahwa kepuasan bukan hanya soal produk utama wisata (dalam hal ini koleksi satwa), tetapi juga bagaimana layanan diberikan dan kenyamanan selama proses kunjungan berlangsung.

Sementara itu, dalam konteks wisata alam yang lebih ekstrem, penelitian oleh (Artini & Yulianthini, 2024) di Air Terjun Sekumpul, Bali, menemukan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dalam objek wisata seperti air terjun yang relative masih alami dan menantang dari segi aksesibilitas, pengelola pelayanan menjadi sangat penting, termasuk kejelasan informais, pemandu wisata, dan kesiapan pengelola dalam menjamin keselamatan dan kenyamanan. Harga juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi pengunjung, jika harga dianggap tidak sebaning dalam layanan dan pengalaman yang didapatkan, maka akan berpotensi menurunkan tangga kepuasan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengunjung lebih menghargai kejelasan nilai mereka peroleh dari suatu objek wisata, dibandingkan hanya sekedar mencari harga yang murah.

Berbagai studi diatas memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga adalah variabel-variabel kunci dalam membentuk kepuasan wisatawan di berbagai jenis destinasi wisata baik wisata alam, edukasi, maupun rekreatif. Ketiganya saling berinterasi dan memperkuat. Ketika pelayanan profesional, fasilitas mendukung kenyamanan, dan harga dianggap wajar, maka tingkat kepuasan pengunjung cenderung tinggi. Sebaliknya, ketidak seimbangan di salah satu aspek

dapat menurunkan persepsi terhadap destinasi secara keseluruhan, bahkan mempengaruhi niat berkunjung Kembali atau merekomendasikan kepada orang lain.

Namun demikian, hingga saat ini belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji ketiga variable tersebut secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Rio by The Beach, khususnya dalam konteks destinasi wisata baru yang masih dalam tahap pertumbuhan. Padahal, Pantai Rio by The Beach telah menunjukkan potensi yang kuat bisa sejak pertama kali dibuka pada April 2024, dengan mencatat puluhan ribu kunjungan dalam waktu singkat. Sebagai objek wisata yang sedang berkembang dan masih membentuk citra destinasi, memahami persepsi pengunjung terhadap aspek pelayanan, fasilitas, dan harga menjadi sangat krusial agar destinasi ini dapat bertahan dan bersaing dalam jangka panjang.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki urgensi dan nilai praktis yang tinggi. Tidak hanya untuk mengisi kekosongan literatur ilmiah dalam konteks pariwisata di Lampung Selatan, tetapi juga sebagai rambu-rambu bagi pengelola wisata dalam melakukan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menyusun strategi pelayanan yang lebih efektif, pengembangan fasilitas yang relevan dengan kebutuhan wisatawan, serta kebijakan harga yang adil dan kompetitif, sehingga secara keseluruhan dapat meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung.

Pantai ini merupakan salah satu destinasi wisata unggulan yang sedang berkembang pesat di Kabupaten Lampung Selatan. Keunikan konsepnya yang modern, penataan area yang estetik, serta promosi aktif di media sosial menjadikan Pantai Rio by The Beach cepat dikenal luas dan menjadi salah satu ikon wisata baru di daerah Kalianda. Bahkan, pantai ini berhasil memperoleh penghargaan sebagai Pantai Terinspirasi Tahun 2024 karena kontribusinya dalam menarik wisatawan lokal maupun luar daerah.

Meskipun pelayanan di Pantai Rio by The Beach telah dinilai baik oleh Sebagian besar pengunjung seperti keramahan staf, kemudahan memperoleh informasi, dan responsivitas terhadap kebutuhan wisatawan, pengelola tetap perlu

memastikan bahwa kualitas pelayanan tersebut benar-benar menciptakan kepuasan bagi pengunjung. Beberapa tanggapan di media sosial menunjukkan bahwa sebagian kecil wisatawan masih menginginkan peningkatan dalam manajemen antrian dan kenyamanan fasilitas umum saat waktu ramai. Hal ini tidak menunjukkan pelayanan yang buruk, tetapi menjadi indikator bahwa kualitas pelayanan yang baik perlu terus dijaga agar konsisten dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Rio by The Beach. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran ilmiah mengenai hubungan antara faktor-faktor tersebut dalam membentuk tingkat kepuasan wisatawan, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi pengelola dalam meningkatkan mutu pelayanan wisata bahari di Lampung Selatan.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan tersebut, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung di Pantai Rio by The Beach sebagai destinasi wisata baru di Lampung Selatan.

Pemilihan variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga dalam penelitian ini didasarkan pada teori Kepuasan Pelanggan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan (*expectations*) dengan kinerja nyata (*perceived performance*) yang dirasakan terhadap suatu produk atau jasa. Jika hasil yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas, sebaliknya jika kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa. Dalam konteks pariwisata, kepuasan pengunjung terbentuk ketika pelayanan yang diberikan bersifat ramah dan komunikatif, fasilitas yang disediakan memadai serta mendukung kenyamanan, dan harga yang dibayarkan dianggap sepadan dengan pengalaman yang diperoleh di destinasi wisata.

Selain itu, teori Bauran Pemasaran (Marketing Mix) yang juga dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2016) menegaskan bahwa keberhasilan suatu produk atau

jasa bergantung pada kombinasi unsur-unsur pemasaran yang terdiri dari product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence. Dalam penelitian ini, variabel pelayanan termasuk ke dalam unsur people dan process, fasilitas termasuk physical evidence, dan harga merupakan unsur price. Ketiga unsur tersebut berperan penting dalam membentuk persepsi dan pengalaman pengunjung terhadap destinasi wisata.

Jika ditinjau dari perspektif ilmu komunikasi, ketiga variabel tersebut merepresentasikan bentuk komunikasi antara pengelola dan pengunjung. Pelayanan merupakan bentuk komunikasi interpersonal yang menggambarkan interaksi langsung antara pengelola dengan wisatawan. Fasilitas berfungsi sebagai komunikasi nonverbal, karena melalui kondisi fisik dan kenyamanan lingkungan, pengelola dapat menyampaikan pesan tentang profesionalisme dan kepedulian terhadap kenyamanan pengunjung. Sedangkan harga merupakan bentuk komunikasi pemasaran, karena melalui penetapan harga dan promosi, pengelola menyampaikan nilai dan citra destinasi kepada khalayak.

Dengan demikian, kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga tidak hanya menjadi faktor ekonomi atau operasional semata, tetapi juga merupakan bentuk strategi komunikasi pariwisata yang menentukan bagaimana pengunjung menilai, merasakan, dan berinteraksi dengan destinasi. Ketika ketiga unsur tersebut mampu dikomunikasikan dengan baik oleh pengelola wisata, maka tingkat kepuasan pengunjung akan meningkat dan mendorong terbentuknya loyalitas serta citra positif destinasi seperti yang diharapkan pada Pantai Rio by The Beach di Lampung Selatan.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah peneliti paparkan, permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian ini, yaitu: Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pengunjung di pantai Rio by The Beach?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dijelaskan diatas, Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu: Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Rio by The Beach.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Secara teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga dengan kepuasan pengunjung dalam konteks destinasi wisata. Temuan penelitian dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa di masa depan.

1.4.2 Secara praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pengelola Pantai Rio By The Beach dalam meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas, dan strategi penetapan harga. Dengan demikian, pengelola dapat menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pengunjung, meningkatkan jumlah kunjungan, dan memperkuat daya saing destinasi wisata ini di Lampung Selatan.

1.5 Sistematika Bab

Berdasarkan dalam penulisan penelitian ini, maka sistematika penulisannya terdiri atas 5 bab yaitu, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika bab.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang dasar teori mengenai permasalahan yang berhubungan dengan penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan mengenai Paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, populasi dan sample, teknik pengambilan data dan teknik sample, waktu dan lokasi penelitian, teknik analisis data, uji validitas dan uji reliabilitas

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai hasil uji validasi dan uji reabilitas, hasil penelitian, dan pembahasan

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran yang berhubungan dengan penelitian untuk menjadi acuan penelitian dimasa yang akan datang.

