

**PENGARUH PROMOSI DAN PREFERENSI
TERHADAP MINAT BERWISATA
(STUDI PADA PANTAI BALEKAMBANG KAB.MALANG)**

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

Disusun Oleh:
Achmad Zainul Fanani
(1761201003)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT

MALANG
2024

HALAMAN JUDUL
PENGARUH PROMOSI DAN PREFERENSI
TERHADAP MINAT BERWISATA
(STUDI PADA PANTAI BALEKAMBANG KAB.MALANG)

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

Disusun Oleh:
Achmad Zainul Fanani
(1761201003)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT
MALANG
2024



YAYASAN PERGURUAN TINGGI ISLAM RADEN RAHMAT

UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Inspiring, Excellent, Humble

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Promosi Dan preferensi Terhadap minat Berwisata C studi Kasus pada pantai Balekan bang Kob. Malang
Disusun oleh : ACHMAD ZAKIUL FAHAM
NIM : 1761801003
Prodi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

Didepan tim penguji

Malang, 14 Mei 2024

Mengetahui & menyetujui

Kaprodi,

(Adita Nafisa, S.E., M.M)

NIDN. 0724068802

Pembimbing,

(Dr. M. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M)

NIDN. 0713047901

Lantai II, Gedung K.H. Mahmud Zubaidi, Jalan Raya Mojosari 02, Kepanjen – Malang Jawa Timur
Telp. (0341) 399099 – Kode POS, 65163 Email: feb@uniramalang.ac.id Website: <http://www.feb.uniramalang.ac.id>

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI, PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG:

NAMA : Achmad Zainul Fanani
NIM : 1761201003
HARI : Jum'at
TANGGAL : 07 Juni 2024
JUDUL : Pengaruh Promosi dan Prefrensi Terhadap Minat Berwisata (Studi Kasus Pada Pantai Balekambang kab Malang)

DINYATAKAN LULUS

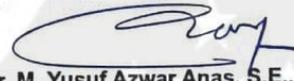
MAJELIS PENGUJI



Ismi Iftikad, S.Pd., M.M.Sc., M.Ec
NIDN. 0704048907



Sinollah, S.Sos., M.AB
NIDN. 0720057401



Dr. M. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M
NIDN. 0713047901

MENGESAHKAN,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Raden Rahmat Malang
Dekan,



Dr. M. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M
NIDN. 0713047901

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Pembimbing akademis, Dr. M.Yusuf Azwar Anas., S.E.,M.M, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan kritik membangun selama proses penulisan skripsi ini. Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu untuk membaca, memberikan masukan, dan evaluasi terhadap skripsi ini. Orang tua yang senantiasa mendo'a kan penulis agar penulisan ini cepat selesai. Teman-teman yang selalu memberikan semangat, inspirasi, dan dukungan moral dalam perjalanan penulisan skripsi. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun telah memberikan kontribusi dalam penyusunan skripsi ini.



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan diterbitkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam Naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 yang berbunyi, lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp.200.000.000 (Dua ratus juta rupiah).

Malang, 13 Agustus 2024



METERAI
TEMPEL
KIDADALX283002685
Achmad Zainul Fanani

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

ABSTRAKSI

Achmad Zainul Fanani. 2023. Pengaruh Promosi dan Preferensi Terhadap Minat Berwisata. (Studi Kasus Pada Pantai Balekambang Kabupaten Malang) (Pembimbing: Dr. M.Yusuf Azwar Anas, S.E.,M.M).

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari faktor promosi dan preferensi dari wisatawan terhadap minat untuk berwisata ke Pantai Balekambang. Pantai ini adalah suatu tempat wisata yang mampu menarik wisatawan lokal maupun daerah sehingga perlu dilestarikan agar dapat memberikan inspirasi bagi masyarakat sekitar dan pemerintah Kabupaten Malang. Responden dalam penelitian ini sebanyak 85 orang dengan ketentuan *simple random sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t serta uji F dengan menggunakan bantuan dari SPSS versi 24. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan preferensi berpengaruh secara signifikan terhadap minat wisata di pantai Balekambang Kab.Malang.

Kata Kunci : *Pantai Balekambang, Promosi, Preferensi dan Minat Wisata.*

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

ABSTRACT

Achmad Zainul Fanani. 2023. *The Influence of Promotion and Preferences on Travel Interest. (Case Study at Balekambang Beach, Malang Regency)* (Supervisor: Dr. M.Yusuf Azwar Anas, S.E.,M.M).

The aim of this research is to determine the influence of promotional factors and tourist preferences on interest in traveling to Balekambang Beach. This beach is a tourist spot that is able to attract local and regional tourists so it needs to be preserved so that it can provide inspiration for the surrounding community and the Malang Regency government. The respondents in this study were 85 people with simple random sampling conditions. Data analysis techniques use validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regression, coefficient of determination (R^2), t test and F test using SPSS version 24. The results of this research show that promotion and preferences have a significant effect on tourist interest at Balekambang beach, Malang Regency.

Keywords: *Balekambang Beach, Promotion, Preferences and Tourist Interest.*

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang bertempat di Pantai Balekambang Kab. Malang dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Preferensi Terhadap Minat Berwisata”**

Tujuan penulis menyelesaikan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Manajemen di Universitas Islam Raden Rahmat Malang. Sehubungan dengan itu, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Imron Rosyadi Hamid S.E.,M.Si selaku Rektor Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
2. Bapak Dr. M. Yusuf Azwar Anas S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Adita Nafisa S.E.,M.M selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Dr. M. Yusuf Azwar Anas S.E.,M.M Selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dari awal penulisan laporan skripsi ini hingga akhir sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta mengarahkan saya.
6. Bapak/Ibu Universitas Islam Raden Rahmat khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan saya banyak ilmu untuk bekal dikemudian hari.

7. Kedua orang tua yang selalu menyemangati dan memberikan do'a nya.
8. Serta teman-teman yang telah memberikan semangat dalam pengerjaan laporan skripsi ini.
9. Semua pihak yang terlibat, yang tidak dapat disebutkan satu persatu telah banyak membantu penulis dalam mengerjakan penelitian ini dari awal hingga akhir. Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritikan dan saran untuk kesempurnaan laporan ini. Akhir kata semoga laporan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi yang membacanya. Terima kasih.

Malang, 23 November 2023

Achmad Zainul Fanani



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	Error!
Bookmark not defined.	
HALAMAN PENGESAHAN	Error!
Bookmark not defined.	
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Empiris	7
2.2. Strategi Pemasaran	15
2.3 Faktor-Faktor Strategi Pemasaran	17
2.4 Promosi	19
2.4.1 Indikator-Indikator Dalam Promosi	21
2.5 Preferensi	21
2.6 Pariwisata 23	
2.7 Destinasi Wisata	25
2.8 Minat berwisata	26

2.9. Kerangka Pemikiran	29
2.10 Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN 31

3.1. Rancangan Penelitian	31
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.3. Variabel Penelitian	31
3.3.1 Definisi Operasional Variabel	32
3.3.2 Variabel, Indikator dan Item Penelitian	33
3.4 Pengukuran Variabel Penelitian	35
3.5 Populasi dan Sampel	36
3.6 Sumber data	37
3.7 Metode Pengumpulan Data	38
3.8 Teknik Analisis Data	39
3.8.1 Analisis deskriptif dan Analisis Regresi Berganda	39
3.8.2 Uji Validitas	40
3.8.3 Uji Reliabilitas	40
3.8.4 Uji Asumsi Klasik	41
3.8.5 Pengujian Hipotesis	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 44

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
4.2 Gambaran Karakteristik Responden	46
4.3 Hasil Analisis Data	48
4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reliabilitas	50
4.3.3 Analisis Deskriptif	51
4.4 Uji Asumsi Klasik	52
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	52
4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas	54
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
4.5 Uji Hipotesis	56
4.5.1 Uji t parsial)	57
4.5.2 Uji F (Simultan)	58
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
4.6 Hasil Pembahasan	60

BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran-saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar hal	Keterangan
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4. 1 Hasil Plot normalitas	54

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	hal
Tabel 2. 1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian ini dengan Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3. 1	Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	33
Tabel 3. 2	Skala Likert.....	36
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4. 4	Validitas Variabel Promosi (X1).....	49
Tabel 4. 5	Validitas Variabel Preferensi (X2).....	49
Tabel 4. 6	Validitas Variabel Minat Wisata (Y).....	49
Tabel 4. 7	Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4. 8	Hasil Analisis Deskriptif.....	51
Tabel 4. 9	Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4. 10	Hasil Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4. 11	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel 4. 12	Uji t Parsial.....	57
Tabel 4. 13	Uji F (Simultan).....	59
Tabel 4. 14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan persaingan yang ketat, promosi dan preferensi memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan sebuah produk atau jasa di pasar/industri pariwisata.

Promosi adalah salah satu elemen kunci dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mencakup berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk atau layanan mereka.

Preferensi konsumen memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan produk dan strategi pemasaran mereka agar lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Preferensi ini mencerminkan pilihan konsumen terhadap suatu industri atau wisata

Pariwisata adalah suatu industri hiburan dengan tujuan untuk memperoleh kepuasan maupun kesenangan yang dapat menghindari dari rasa bosan dan untuk menghibur hati. Menurut UU No.10/2009 tentang kepariwisataan, dijelaskan apabila pariwisata merupakan sarana wisata yang di bangun guna untuk kegiatan hiburan, yang dikelola oleh perorangan, pengusaha maupun pemerintah daerah. Di dalam dunia yang semakin modern ini, pariwisata di artikan sebagai suatu tempat rekreasi yang dijadikan tempat untuk menghibur diri, baik secara rohani maupun jasmani setelah penat dengan aktivitas sehari-hari.

Sektor pariwisata sendiri adalah salah satu sektor yang strategis yang biasa digunakan untuk keperluan pembangunan pariwisata sebagai

bagian dari pembangunan nasional. Pembangunan kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan tujuan guna sebagai pertumbuhan perekonomian. Sektor pariwisata sangat mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat. Di dalam kegiatan berwisata dapat menciptakan permintaan, baik dari segi konsumsi ataupun investasi yang pada akhirnya dapat menimbulkan suatu kegiatan produksi barang maupun jasa. Selama melakukan tujuan wisata, para wisatawan yang sedang berkunjung akan melaksanakan transaksi jual beli sehingga akan terjadi pertumbuhan ekonomi. Selanjutnya para wisatawan secara tidak langsung akan melakukan permintaan barang modal serta bahan baku guna keperluan produksi memenuhi permintaan wisatawan akan barang dan jasa tersebut.

Sekarang ini pemerintah gencar untuk terus mengembangkan industri pariwisata. Tujuan dari banyak nya pariwisata yang di bangun oleh pemerintah bertujuan untuk mengembalikan citra Indonesia yang dulu pernah terjadi bencana alam sehingga wisata tersebut tidak layak lagi. Adanya program pemerintah untuk meningkatkan wisatawan bertujuan untuk memperkenalkan industri wisata kepada masyarakat luas agar masyarakat lebih mengenal keindahan wisata di Indonesia agar menambah devisa negara. Untuk meningkatkan jumlah wisatawan di nusantara maupun mancanegara, pemerintah melakukan hubungan kerjasama dengan berbagai negara, langkah yang di ambil pemerintah adalah melakukan hubungan bilateral, hubungan bilateral yang dijalin oleh pemerintah adalah dengan negara Singapura dengan mempertimbangkan keuntungan yang akan di dapatkan. Terjadinya hubungan bilateral yang

telah terjalin bertujuan untuk mencapai target sasaran dengan keuntungan – keuntungan yang akan di terima untuk kedua belah pihak. Alasan kenapa pemerintah lebih memilih negara Singapura di karenakan Singapura merupakan negara dengan pemasok wisatawan terbesar ke Indonesia.

Suatu pariwisata ketika mengeluarkan produk dan jasa harus menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu, jasa pariwisata tersebut dapat bersaing di masyarakat luas, sehingga membuat konsumen memiliki banyak alternatif pilihan wisata sebelum mengambil keputusan untuk memilih wisata yang sedang ditawarkan. Hal inilah yang menjadikan promosi memegang peranan penting bagi pusat pariwisata. Dengan adanya promosi pihak pengelola pariwisata dapat mengkomunikasikan produk dan jasanya kepada konsumen. Keunggulan jasa dapat diketahui oleh konsumen dan dapat membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil sebuah referensi terhadap minat wisata.

Pengelola pariwisata menggunakan promosi untuk memicu transaksi, sehingga wisatawan mau berkunjung ke tempat wisata tersebut. Promosi merupakan suatu faktor penting dalam mewujudkan tujuan perekonomian. Agar wisatawan mau berlangganan, maka pengelola harus terlebih dahulu dapat mencoba atau meneliti fasilitas-fasilitas yang telah disediakan apakah sudah sesuai dengan keinginan ataukah b sehingga wisatawan tidak kecewa ketika sudah berkunjung.

Selain promosi, preferensi juga berpengaruh terhadap minat untuk berwisata, (Simamora, 2003) menyebutkan bahwa, “preferensi itu diambil dari kata preferensi, artinya yang paling disukai atau dapat juga disebut

ketetapan individu dalam memutuskan pilihan terhadap suatu obyek". Secara umum, preferensi bisa diartikan sebagai suatu pilihan seseorang apakah suka atau tidak terhadap suatu produk barang ataupun jasa. Preferensi dimana kecenderungan seseorang untuk memilih yang lebih disukai dari pada yang lain dalam membuat keputusan dari seorang individu. preferensi terhadap sebuah objek hal sangat penting untuk di ketahui sebagai upaya untuk selalu menarik minat konsumen.

Dalam penelitian ini, Pantai Balekambang Kabupaten Malang dipilih sebagai tempat untuk penelitian. Letak wisata ini secara geografis adalah batas selatan yang berlokasi di kabupaten malang dan memiliki batas langsung dengan pantai selatan di berlokasi di Pulau Jawa. Jajaran pantai yang berlokasi di selatan Kabupaten Malang begitu beragam, diantaranya ialah Pantai Balekambang. Pantai yang berlokasi di Kabupaten Bantul ini adalah salah satu dari sekitar 13 pantai yang ada di Kabupaten Malang. Pantai Balekambang memiliki kekayaan karang laut yang indah dan membentang kurang lebih 2000 meter dengan lebar 200 meter ke arah laut. Jika air laut surut, biasanya di antara karang ataupun bebatuan, banyak ditemukan ikan hias berkelompok dan hewan laut lainnya. Di pantai ini terdapat tiga pulau yang berjajar di sebelah barat, yaitu Pulau Ismoyo, Pulau Anoman dan Pulau Wisanggeni. Di Pulau Ismoyo berdiri sebuah pura yang megah, akses menuju pura dihubungkan dengan jembatan penyeberangan selebar 1,5 meter. Untuk tempat wisata di pantai ini, biasanya pada bulan Suro. yaitu Upacara Surohan (Suroan) dan Upacara Jalanidhi Puja. Abuhan merupakan salah satu andalan tempat wisata Pantai Balekambang. Daya tarik pelabuhan mampu menarik wisatawan

lokal maupun daerah sehingga perlu dilestarikan agar dapat memberikan inspirasi bagi masyarakat sekitar dan pemerintah Kabupaten Malang.

Akses jalan menuju Pantai Balekambang dari Kota Malang dapat ditempuh melalui jalur Kecamatan Gondanglegi - Kabupaten Bantul atau Kecamatan Kepanjen - Kecamatan Pagak, Kabupaten Bantul. Mengingat kondisi geografis Kabupaten Malang, rute menuju Pantai Balekambang mencakup turunan dan tanjakan dengan tebing di sisi kanan dan kiri jalan menuju Kabupaten Malang bagian selatan, yang kurang mendukung peningkatan potensi di daerah tersebut. Selain kondisi geografis, lalu lintas di beberapa titik, seperti pasar Bantul, sering mengalami kemacetan.

Perkembangan pariwisata di Kabupaten Malang bagian selatan, khususnya Pantai Balekambang, belum optimal karena masih banyak kendala yang belum terselesaikan. Untuk mendukung perkembangan ini, perlu dilakukan kajian terhadap kawasan wisata Balekambang guna mengidentifikasi permasalahan dan potensi pengembangannya, sehingga dapat meningkatkan kontribusi Balekambang dalam sektor pariwisata Kabupaten Malang.

Dari latar belakang diatas maka penulis mengambil penelitian yang berjudul **“PENGARUH PROMOSI DAN PREFRENSI TERHADAP MINAT BERWISATA”**.

1.2. Rumusan Masalah

Dari hasil latar belakang masalah diatas, sehingga rumusan masalah yang diambil adalah:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat berwisata di pantai Balekambang Kabupaten Malang?

2. Bagaimana pengaruh preferensi terhadap minat berwisata di pantai Balekambang Kabupaten Malang?
3. Bagaimana pengaruh promosi dan preferensi terhadap minat berwisata?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Guna mengetahui apakah promosi mempengaruhi minat berwisata di pantai Balekambang Kabupaten Malang.
2. Guna mengetahui apakah preferensi mempengaruhi minat berwisata di pantai Balekambang Kabupaten Malang.
3. Guna mengetahui apakah pengaruh promosi dan preferensi terhadap minat berwisata.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi pengelola Pantai Balekambang sebagai bahan evaluasi untuk menentukan strategi promosi agar menentukan preferensi pengunjung dan pengunjung berminat untuk berwisata ke Pantai Balekambang.

b. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi penulisan dan bacaan dengan tema yang sama dengan penelitian ini