VALENTRA
(Journal of Economics, Management, Business, & Entrepreneurship)
Vol. Vol 1 (1), 2026
https://jurnal-valentra.lyrizpress.com/

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PANTAI JONO DI KABUPATEN BATU BARA, SUMATERA UTARA

Tri Andriani
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Asahan, Kisaran, Sumatera Utara. Indonesia.
Korespondensi: triandrianimm@gmail.com

ARTIKEL INFO

Kata Kunci:
persepsi kewajaran harga;
kualitas fasilitas wisata;
kepuasan pengunjung

DOI:
http://dx.doi.org/xxx

Received:
21 Oktober 2026

Reviewed:
28 Oktober 2026

Accepted:
29 Oktober 2026

ABSTRAK

Pantai Jono di Kabupaten Batu Bara memiliki potensi wisata pesisir, tetapi laporan resmi pemerintah daerah serta pemberitaan publik mengindikasikan persoalan pemeliharaan fasilitas, akses menuju kawasan, dan persepsi kewajaran biaya kunjungan. Penelitian ini dirancang untuk menguji hubungan persepsi kewajaran harga dan kualitas fasilitas wisata dengan kepuasan pengunjung melalui survei kuantitatif dan regresi linear berganda. Karena survei lapangan belum dilaksanakan, artikel ini menyajikan simulasi analisis atas 150 observasi sintetis dengan 12 butir skala Likert. Pada data ilustratif, persepsi harga memiliki koefisien positif ($B = 0{,}306$; $t = 4{,}460$; $p < 0{,}001$) dan kualitas fasilitas juga positif ($B = 0{,}515$; $t = 8{,}627$; $p < 0{,}001$). Kedua prediktor menjelaskan 45,9% variasi skor kepuasan ($R^2 = 0{,}459$; $F(2,147) = 62{,}234$; $p < 0{,}001$). Nilai tersebut menunjukkan cara membaca keluaran model, bukan kondisi empiris wisatawan Pantai Jono. Kontribusi tulisan ini berupa perumusan masalah berbasis konteks lokal, penguatan dasar teoritis, dan protokol penelitian yang dapat diterapkan melalui pengumpulan data primer untuk mengevaluasi transparansi harga dan fasilitas dasar.

PENDAHULUAN

Keberhasilan pemasaran destinasi tidak cukup dinilai dari kemampuan lokasi menarik kedatangan wisatawan. Pengelola perlu memastikan bahwa pengalaman yang diterima sesuai dengan biaya dan harapan pengunjung. Pada wisata pantai, pengalaman dibentuk oleh pemandangan alam sekaligus serangkaian layanan sederhana yang langsung dirasakan, seperti kebersihan toilet, kelayakan tempat beristirahat, informasi tarif, dan kenyamanan menggunakan fasilitas. Ketika unsur-unsur tersebut tidak seimbang, daya tarik alam berpotensi gagal

menghasilkan kepuasan. Persoalan ini penting karena kepuasan menjadi evaluasi wisatawan terhadap pengalaman kunjungannya, sebagaimana dijelaskan dalam pendekatan konfirmasi harapan Oliver (1980).

Dari sudut pandang pemasaran, harga tidak identik dengan angka yang tercantum pada tiket atau menu. Wisatawan menilai apakah biaya yang dibayarkan dapat diterima, diketahui sejak awal, dan sepadan dengan manfaat yang diperoleh. Zeithaml (1988) menempatkan harga sebagai bagian dari pengorbanan konsumen ketika membentuk persepsi nilai. Xia et al. (2004) memperjelas bahwa kewajaran harga juga terkait dengan dasar perbandingan dan penjelasan mengenai penetapan harga. Dengan demikian, keluhan tentang harga dapat muncul ketika wisatawan merasa kurang memperoleh manfaat, sekalipun nominal biaya relatif kecil. Sebaliknya, wisatawan dapat menerima harga yang lebih tinggi ketika fasilitas terawat dan struktur biaya dipahami dengan jelas.

Konteks tersebut relevan dengan Pantai Perjuangan Jono, yang dikenal sebagai Pantai Jono, di Desa Lalang, Kecamatan Medang Deras, Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara. Informasi pemerintah daerah pada 21 Oktober 2025 menyebut adanya kunjungan pimpinan kabupaten untuk meninjau akses jalan, joglo, dan toilet yang rusak, dalam agenda pemulihan kawasan wisata (Pemerintah Kabupaten Batu Bara, 2025). Informasi resmi tersebut menjadi bukti kontekstual bahwa persoalan sarana pendukung telah diperhatikan pemerintah. Publikasi Kabupaten Batu Bara dalam Angka 2026 menyediakan profil statistik wilayah, tetapi tidak dapat digunakan begitu saja untuk menyimpulkan tingkat kepuasan khusus pengunjung Pantai Jono (BPS Kabupaten Batu Bara, 2026).

Laporan Medan Bisnis Daily tertanggal 22 Januari 2026 memuat keluhan beberapa pengunjung mengenai jalan masuk, pondok yang kurang layak, harga makanan, dan keterbukaan tarif (Putra, 2026). Pemberitaan itu juga mencantumkan contoh biaya masuk kendaraan dan penyewaan pondok menurut narasumber berita. Angka biaya tersebut tidak diperlakukan sebagai tarif resmi atau rata-rata biaya wisata karena belum diverifikasi melalui pencatatan lapangan. Sumber berita hanya memberi petunjuk awal tentang bentuk masalah yang layak diteliti. Besarnya proporsi pengunjung yang merasa harga tidak wajar atau fasilitas tidak memadai belum diketahui. Oleh sebab itu, penelitian survei diperlukan untuk mengganti kesan anekdotal dengan ukuran yang dapat diuji.

Terdapat persoalan pemasaran yang lebih mendasar daripada kerusakan fisik semata, yaitu potensi ketidaksesuaian antara biaya yang dirasakan dan kualitas pengalaman. Pengunjung dapat menilai tiket, parkir, makanan, dan sewa tempat duduk secara terpisah. Apabila informasi harga kurang jelas, pengunjung sulit memperkirakan total pengeluaran. Apabila sarana yang diperoleh tidak berfungsi baik, manfaat kunjungan berkurang. Kedua situasi tersebut secara konseptual dapat menurunkan kepuasan, tetapi besar dan arah hubungan keduanya harus dibuktikan melalui respons pengunjung yang benar-benar datang ke lokasi.

Penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa harga dan fasilitas tidak selalu berhubungan dengan keluaran wisatawan yang sama. Marwah et al. (2022) mengkaji Pantai Sejarah di Kabupaten Batu Bara dan menemukan bahwa fasilitas berkaitan signifikan dengan daya tarik pengunjung, sementara harga tidak signifikan secara parsial. Penelitian tersebut dekat

secara geografis, tetapi variabel terikatnya adalah daya tarik, bukan kepuasan pascakunjungan. Meidina et al. (2022) menemukan hubungan positif fasilitas dan kepuasan di Pantai Jatimalang, Purworejo. Perbedaan lokasi dan tata kelola membuat hasil penelitian itu tidak dapat langsung menggambarkan Pantai Jono.

Pada skala destinasi yang berbeda, Marpaung et al. (2024) menempatkan kewajaran harga dan kualitas fasilitas dalam model kepuasan dan loyalitas wisatawan Danau Toba. Rosalina dan Lubis (2026) menggunakan regresi linear berganda untuk mengkaji harga, fasilitas, dan kepuasan wisatawan Ocarina Batam. Penelitian tersebut memperkuat relevansi variabel, tetapi belum menjawab persoalan spesifik Pantai Jono. Perbandingan antarlokasi tidak dimaksudkan untuk menyatakan bahwa temuan satu pantai pasti berlaku pada pantai lain. Karakteristik pengelolaan, komposisi biaya, dan kelayakan fasilitas dapat menghasilkan penilaian yang berbeda.

Kesenjangan penelitian muncul pada tiga tingkat. Pertama, terdapat kesenjangan konteks: bukti publik tentang Pantai Jono belum disertai pengukuran langsung persepsi harga, fasilitas, dan kepuasan pengunjung. Kedua, terdapat kesenjangan variabel terikat: studi terdekat di Pantai Sejarah meneliti daya tarik, sedangkan penelitian ini berfokus pada evaluasi setelah kunjungan. Ketiga, terdapat kesenjangan keputusan manajerial: keluhan harga dan kerusakan fasilitas perlu diuji secara bersamaan agar pengelola tidak memilih prioritas perbaikan berdasarkan satu keluhan atau satu berita. Kesenjangan ini bersifat empiris dan kontekstual, bukan klaim bahwa teori kepuasan atau model regresi yang digunakan merupakan temuan baru.

Atas dasar itu, penelitian dirancang untuk menjawab tiga pertanyaan: apakah persepsi kewajaran harga berhubungan dengan kepuasan pengunjung; apakah kualitas fasilitas wisata berhubungan dengan kepuasan; dan apakah keduanya secara simultan mampu menjelaskan variasi kepuasan. Kontribusi praktis yang dituju ialah menyediakan dasar bagi evaluasi tarif yang transparan, pemeliharaan fasilitas dasar, serta perumusan survei berkala. Artikel saat ini merupakan demonstrasi metode menggunakan data sintetis, sehingga tidak menyatakan bahwa hubungan tersebut telah terbukti pada wisatawan Pantai Jono.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan survei potong lintang (cross-sectional). Lokasi di Pantai Jono di Desa Lalang, Kecamatan Medang Deras, Kabupaten Batu Bara. Unit analisis adalah individu yang telah melakukan kunjungan dan mengalami transaksi atau menggunakan fasilitas selama berada di kawasan wisata

Populasi target ialah seluruh pengunjung Pantai Jono pada periode survei, karena tidak tersedia daftar lengkap individu pengunjung sebagai kerangka sampel, sehingga pelaksanaan menggunakan intercept convenience sampling. Responden memenuhi kriteria usia minimal 17 tahun, telah menyelesaikan aktivitas wisata, mengalami setidaknya satu pengeluaran yang relevan, dan bersedia menjawab secara sukarela. Peneliti perlu menyebarkan waktu pengumpulan pada hari kerja dan akhir pekan serta mencatat jam pengisian untuk mengurangi penumpukan respons pada satu jenis kunjungan. Besaran sampel 150 responden dipakai sebagai target operasional awal.

Instrumen terdiri atas 12 pernyataan dengan skala Likert 1 sampai 5, mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Skor variabel merupakan rata-rata empat butir agar rentang skornya tetap berada pada 1 sampai 5. Sebelum digunakan pada pengunjung nyata, butir perlu ditinjau ahli, diuji keterbacaannya, dan disesuaikan dengan tarif serta fasilitas yang benar-benar ada. Pengukuran persepsi harga menekankan kewajaran, bukan menanyakan apakah semua harga harus murah.

Tabel 1

Definisi Operasional dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator yang diukur	Kode
Persepsi kewajaran harga (X1)	Keterjangkauan biaya; keterbukaan tarif; kewajaran biaya; kesepadanan biaya dan manfaat	PH1–PH4
Kualitas fasilitas wisata (X2)	Kondisi fisik; kebersihan; ketersediaan sarana; kenyamanan penggunaan	KF1–KF4
Kepuasan pengunjung (Y)	Kepuasan keseluruhan; kesesuaian harapan; pengalaman positif; evaluasi keputusan berkunjung	KP1–KP4

Analisis dirancang melalui pemeriksaan data, statistik deskriptif, korelasi butir terhadap skor total terkoreksi, Cronbach's alpha, dan regresi linear berganda. Model ditulis: KP = a + b1(PH) + b2(KF) + e. Uji t digunakan untuk menilai koefisien parsial, uji F untuk hubungan simultan, dan R^2 untuk menggambarkan variasi skor kepuasan yang dijelaskan model. Diagnostik meliputi variance inflation factor (VIF), Breusch–Pagan, serta normalitas residual. Durbin–Watson dicantumkan sebagai informasi diagnostik tetapi bukan pengujian utama yang menentukan mutu sampel potong lintang independen. Taraf signifikansi yang digunakan adalah 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data memuat 150 observasi terdiri dari 64 laki-laki (42,7%) dan 86 perempuan (57,3%). Kelompok usia 17–24 tahun berjumlah 47 (31,3%), usia 25–34 tahun 56 (37,3%), usia 35–44 tahun 29 (19,3%), serta 45 tahun atau lebih 18 (12,0%).

Tabel 2

Statistik Deskriptif

Variabel	Rata-rata	SD	Min.	Maks.
Persepsi harga (PH)	3,153	0,664	1,50	4,75
Kualitas fasilitas (KF)	2,930	0,763	1,25	5,00
Kepuasan pengunjung (KP)	3,113	0,723	1,25	5,00

Rata-rata skor fasilitas i (2,930) lebih rendah daripada persepsi harga (3,153) dan kepuasan (3,113). Perbedaan ini memperlihatkan bagaimana statistik deskriptif dapat dipakai untuk mengidentifikasi konstruk dengan penilaian lebih rendah. Akan tetapi, angka 2,930 tidak menunjukkan bahwa kondisi fasilitas Pantai Jono sesungguhnya buruk.

Tabel 3

Reliabilitas Instrumen

Konstruk	Korelasi butir-total terkoreksi	Cronbach's α	Penilaian
Persepsi harga	0,675; 0,705; 0,646; 0,736	0,850	Memadai
Kualitas fasilitas	0,741; 0,776; 0,772; 0,767	0,893	Memadai
Kepuasan pengunjung	0,815; 0,699; 0,707; 0,734	0,878	Memadai

Seluruh korelasi butir-total terkoreksi lebih besar dari 0,30, sedangkan Cronbach's alpha lebih besar dari 0,70. Hal ini menunjukkan konsistensi internal dalam struktur data yang memang dibentuk untuk penekitian ini.

Tabel 4

Pemeriksaan Diagnostik Regresi

Pemeriksaan	Hasil
Multikolinearitas	VIF PH = 1,080; VIF KF = 1,080
Heteroskedastisitas	Breusch–Pagan p = 0,812
Autokorelasi residual	Durbin–Watson = 1,956
Normalitas residual	Shapiro–Wilk p = 0,024; Jarque–Bera p = 0,204

Nilai VIF yang mendekati satu menunjukkan kedua prediktor tidak mempunyai masalah kolinearitas. Uji Breusch–Pagan tidak memberikan bukti kuat terhadap heteroskedastisitas. Sebaliknya, Shapiro–Wilk menunjukkan penyimpangan dari normalitas pada taraf 5%, sedangkan Jarque–Bera tidak.

Tabel 5

Koefisien Regresi Linear Berganda

Prediktor	B	SE	β	t	p
Konstanta	0,638	0,242	—	2,633	0,009
Persepsi harga (X1)	0,306	0,069	0,281	4,460	<0,001
Kualitas fasilitas (X2)	0,515	0,060	0,544	8,627	<0,001

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah KP = 0,638 + 0,306(PH) + 0,515(KF). Dengan variabel lain dalam model dianggap tetap, kenaikan satu poin skor persepsi kewajaran harga berasosiasi dengan kenaikan rata-rata 0,306 poin skor kepuasan. Kenaikan satu poin skor kualitas fasilitas berasosiasi dengan kenaikan rata-rata 0,515 poin skor kepuasan setelah persepsi harga dikendalikan. Dua koefisien bernilai positif pada dataset simulasi ($p < 0,001$); koefisien tidak menyatakan efek sebab-akibat dan tidak dapat digeneralisasi ke Pantai Jono.

Tabel 6

Kelayakan dan Uji Simultan Model

n	R	R^2	Adjusted R^2	F (df1; df2)	p
150	0,677	0,459	0,451	62,234 (2; 147)	<0,001

Nilai $R^2 = 0,459$ berarti kedua prediktor menjelaskan 45,9% variasi skor kepuasan. Sisanya 54,1% adalah variasi yang tidak dijelaskan oleh kedua variabel tersebut dalam model ini, bukan ukuran kontribusi yang sudah terbukti dari satu variabel lain. Nilai $F(2,147) = 62,234$ dengan $p < 0,001$ memperagakan adanya signifikansi model secara simultan. Karena itu, hipotesis H1, H2, dan H3 memperoleh dukungan.

Pembahasan

Persepsi Harga

Koefisien persepsi harga yang positif ($B = 0,306$; $\beta = 0,281$) sesuai dengan mekanisme teori nilai yang dirasakan: pengunjung berpotensi mengevaluasi kunjungan secara lebih positif ketika biaya dinilai sebanding dengan manfaat. Kerangka Zeithaml (1988) menerangkan hubungan konseptual antara pengorbanan dan manfaat, sedangkan Xia et al. (2004) menjelaskan mengapa keadilan dalam transaksi dapat dinilai melalui pembandingan harga serta informasi penetapannya. Interpretasi ini memperkaya alasan teoritis hipotesis, tetapi koefisien simulasi sendiri tidak mengonfirmasi teori pada kasus Pantai Jono.

Persoalan harga Pantai Jono perlu dibaca pada tingkat pengalaman transaksi. Dalam pemberitaan Januari 2026, sejumlah narasumber mengeluhkan biaya makanan dan sewa pondok, juga menyebut perlunya daftar harga yang terbuka (Putra, 2026). Keluhan tersebut menunjuk pada kemungkinan jarak antara uang yang dikeluarkan dan manfaat yang dirasakan. Namun, pemberitaan tidak menyediakan distribusi responden, besaran pengeluaran rata-rata, maupun perbandingan biaya dengan destinasi lain. Karena itu, pernyataan bahwa "harga Pantai Jono mahal" tidak dapat diperlakukan sebagai hasil penelitian; yang dapat ditegaskan adalah adanya alasan faktual untuk meneliti kewajaran harga secara sistematis.

Implikasi konseptualnya ialah bahwa pengelola sebaiknya tidak otomatis menjawab persoalan harga dengan diskon. Apabila ketidakpuasan muncul karena ketidakjelasan, papan informasi harga, keseragaman komunikasi tarif, dan pemberian bukti pembayaran mungkin lebih relevan. Apabila keluhan timbul akibat manfaat yang tidak sepadan, perbaikan layanan atau fasilitas dapat meningkatkan nilai yang diterima tanpa harus mengubah tarif. Langkah tersebut merupakan alternatif tindakan untuk diuji dan didiskusikan bersama pelaku usaha, bukan rekomendasi yang sudah dibuktikan efektivitasnya melalui survei Pantai Jono.

Dibandingkan dengan penelitian Marwah et al. (2022), perbedaan utama terletak pada 48etika48e hasil. Studi Pantai Sejarah melaporkan harga tidak signifikan terhadap daya 48etik pengunjung, sedangkan penelitian ini menghasilkan koefisien positif terhadap kepuasan. Dua hasil tersebut tidak saling membantah karena daya 48etik sebelum atau saat memilih destinasi berbeda dari evaluasi setelah mengalami kunjungan. Seseorang dapat tertarik datang meskipun belum mengetahui rincian harga, kemudian mengubah penilaian setelah membayar dan memakai fasilitas.

Kualitas Fasilitas

Koefisien kualitas fasilitas (B = 0,515; β = 0,544) lebih besar daripada koefisien persepsi harga setelah keduanya distandardisasi. Secara matematis, perbedaan β berarti asosiasi fasilitas dengan kepuasan tampak lebih kuat. Namun, angka tersebut tidak membuktikan bahwa fasilitas 48etika 48etika paling dominan bagi wisatawan Pantai Jono.

Argumen substantif untuk mengkaji fasilitas justru lebih kuat berasal dari sumber lapangan sekunder. Pemerintah Kabupaten Batu Bara (2025) secara resmi meninjau sarana yang rusak, termasuk joglo dan WC, dalam agenda pemulihan 48etika48. Media setempat kemudian mencatat keluhan mengenai pondok dan kelayakan fasilitas (Putra, 2026). Kedua sumber itu saling melengkapi sebagai petunjuk konteks, tetapi tetap tidak mengukur kepuasan. Oleh karena itu, kuesioner perlu membedakan persepsi terhadap kebersihan toilet, kondisi tempat duduk, ketersediaan tempat sampah, dan kenyamanan sarana yang benar-benar digunakan oleh responden.

Secara teoritis, fasilitas bukan tujuan utama kunjungan ke 48etika. Fasilitas merupakan unsur pendukung yang dapat mencegah pengalaman 48etika48e. Contohnya, pengunjung mungkin menikmati panorama tetapi memberikan nilai rendah terhadap pengalaman secara keseluruhan 48etika tidak menemukan toilet yang layak. Pola ini sejalan dengan temuan Meidina et al. (2022) pada Pantai Jatimalang serta Pamungkas et al. (2025) pada Ledok Sambi mengenai keterkaitan fasilitas dan kepuasan. Penelitian lain memberi dukungan relevansi konstruk, bukan kepastian bahwa koefisien atau urutan prioritas akan sama di Kabupaten Batu Bara.

Pemisahan akses jalan dari kualitas fasilitas juga penting. Jalan menuju 48etika memang tercatat sebagai persoalan di Pantai Jono (Pemerintah Kabupaten Batu Bara, 2025), tetapi termasuk prasarana aksesibilitas eksternal. Jika akses jalan dimasukkan ke dalam butir fasilitas tanpa definisi yang jelas, hubungan regresi menjadi sulit ditafsirkan. Dalam rancangan sekarang, akses jalan dijadikan kondisi latar. Penelitian lanjutan dapat menambah 48etika48e aksesibilitas 48etika sampel dan kebutuhan analisis memungkinkan. Pilihan ini menjaga model awal tetap sederhana dan terarah.

Hubungan secara Simultan

Hasil simultan (F = 62,234; R^2 = 0,459) menggambarkan bahwa persepsi harga dan kualitas fasilitas dapat dimasukkan dalam satu model untuk menjelaskan perbedaan skor kepuasan. Pada riset empiris, model bersama lebih informatif daripada dua korelasi terpisah karena setiap koefisien dihitung dengan mengendalikan prediktor yang lain. Hal ini cocok untuk kawasan wisata yang keluhannya menggabungkan harga dan kondisi sarana. Akan tetapi, signifikansi statistik tidak menjelaskan sebab-akibat, dan R^2 yang cukup besar.

Sisa variasi model sebesar 54,1% perlu dibaca sebagai keterbatasan penjelasan 49antai49ic. Hal itu bukan bukti bahwa persis 54,1% kepuasan disebabkan akses jalan, citra destinasi, atau 49antai tertentu. Variabel seperti kebersihan lingkungan 49antai, keamanan, kualitas pelayanan, keramaian, cuaca, pengalaman sebelumnya, dan karakteristik rombongan berpotensi relevan, tetapi belum diukur.

Kontribusi Akademik

Kontribusi akademik yang realistis ialah pengujian ulang hubungan yang telah dikenal pada konteks destinasi yang memiliki persoalan pemulihan fasilitas dan persepsi biaya. Dibandingkan Pantai Sejarah, penelitian ini memilih kepuasan sebagai evaluasi pascakunjungan; dibandingkan Danau Toba, rancangan ini lebih ringkas dan tidak menguji mediasi loyalitas; dibandingkan Ocarina Batam, lokasi serta isu pengelolaannya berbeda. Ketiga pembeda itu memosisikan penelitian sebagai replikasi kontekstual yang dapat berguna untuk kebijakan lokal. Klaim "pertama di dunia" atau "menciptakan teori baru" tidak diperlukan untuk menjelaskan kontribusi penelitian pemula.

Kontribusi operasional berada pada penggunaan 49eputusan yang dapat langsung dikaitkan dengan 49eputusa. Contohnya, item keterbukaan biaya dapat ditindaklanjuti dengan pengamatan daftar tarif, sedangkan item kondisi fasilitas dapat dipadukan dengan audit sederhana terhadap toilet dan tempat duduk. Penggabungan data persepsi dengan pemeriksaan fisik yang terpisah juga mengurangi 49eputu mengambil 49eputusan dari satu sumber informasi.

Implikasi Pengelolaan

Langkah pertama bagi pengelola dan pihak terkait ialah memetakan titik transaksi dan memperjelas informasi biaya di area wisata, termasuk tiket, parkir, sewa sarana, dan harga makanan yang menjadi tanggung jawab masing-masing penjual. Langkah kedua ialah melakukan inventarisasi kondisi fasilitas dasar, memeriksa fungsi dan kebersihan secara berkala, serta menyediakan saluran umpan balik pengunjung. Langkah ketiga ialah menguji apakah penilaian pengunjung terhadap masing-masing indikator berkaitan dengan kepuasan setelah pengumpulan data primer. Dengan demikian, keputusan perbaikan didukung dua sumber: bukti kondisi fasilitas dan persepsi pengunjung.

Tanggung jawab perbaikan juga perlu dibedakan. Harga makanan mungkin berada di tangan pedagang, fasilitas umum dapat melibatkan pengelola atau pemerintah, sedangkan perbaikan akses jalan memerlukan kewenangan yang berbeda. Berita Januari 2026 mencerminkan perlunya klarifikasi tata kelola kawasan, sehingga peneliti sebaiknya tidak mengandaikan satu aktor berwenang atas seluruh layanan (Putra, 2026). Rekomendasi menjadi lebih operasional jika peneliti mencatat siapa penanggung jawab tiap masalah dalam tahap observasi pendahuluan dan mendiskusikan opsi perbaikan secara proporsional.

Rancangan intercept convenience sampling membatasi generalisasi terhadap populasi. Desain potong lintang juga tidak cukup untuk menegaskan hubungan kausal, sedangkan jawaban persepsi yang dikumpulkan dalam satu kuesioner berpotensi menimbulkan bias metode bersama.

SIMPULAN

Rancangan penelitian ini menempatkan persepsi kewajaran harga dan kualitas fasilitas sebagai dua prediktor kepuasan pengunjung Pantai Jono. Dasar masalah berasal dari laporan resmi mengenai kerusakan fasilitas dan akses serta keluhan harga yang dimuat media. Hasil uji regresi memberikan koefisien positif untuk persepsi harga (B = 0,306) dan fasilitas (B = 0,515), dengan R^2 = 0,459. Hasil tersebut hanya memperagakan prosedur statistik dan belum menjelaskan kondisi pengunjung sebenarnya.

Penelitian selanjutnya diperlukan untuk menentukan apakah dua hubungan itu terjadi pada Pantai Jono serta indikator apa yang paling membutuhkan tindakan. Pengukuran yang jelas dapat membantu pengelola menilai transparansi tarif, kebersihan, kelayakan fasilitas dasar, dan kepuasan setelah kunjungan.

REFERENSI

Badan Pusat Statistik Kabupaten Batu Bara. (2026). *Kabupaten Batu Bara dalam angka 2026*. https://batubarakab.bps.go.id/en/publication/2026/02/27/1204fa0c6b07d0830896dc6c/batu-bara-regency-in-figures-2026.html

Marpaung, H. S., Syaifuddin, S., & Toni, N. (2024). Impact of price fairness, service quality, and destination image on tourist loyalty and satisfaction: A case study of Lake Toba, North Sumatra. *International Journal of Advanced and Applied Sciences, 11*(5), 1–11. https://doi.org/10.21833/ijaas.2024.05.001

Marwah, Adlina, H., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh harga dan fasilitas pantai terhadap daya tarik pengunjung wisata Pantai Sejarah (Studi pada pengunjung Pantai Sejarah Kecamatan Limapuluh Pesisir). *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital, 1*(2), 118–133. https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i2.284

Meidina, A. P., Brahmantyo, H., & Mariati, S. (2022). The effect of quality service and facilities on tourist satisfaction in marine tourism (Jatimalang Beach, Purworejo). *TRJ Tourism Research Journal, 6*(2), 218–232. https://doi.org/10.30647/trj.v6i2.161

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research, 17*(4), 460–469. https://doi.org/10.1177/002224378001700405

Pamungkas, G., Tyas, W. G., Humam, M. F., & Sunaryo. (2025). The effect of service quality and facilities on tourist satisfaction in Ledok Sambi, reviewed from sport tourism. *Majalah Ilmiah Olahraga, 31*(1), 9–15. https://doi.org/10.21831/majora.v31i1.84590

Pemerintah Kabupaten Batu Bara. (2025, 21 Oktober). *Bupati Batu Bara dorong pemulihan Pantai Jono sebagai destinasi wisata unggulan*. https://batubarakab.go.id/berita/detail/bupati-batu-bara-dorong-pemulihan-pantai-jono-sebagai-destinasi-wisata-unggulan

Putra, A. (2026, 22 Januari). Pantai Jono Batu Bara dikeluhkan pengunjung, masuk bayar, harga makanan mahal tapi fasilitas tak terawat. *MedanBisnisDaily*. https://medanbisnisdaily.com/news/online/read/2026/01/22/196624/pantai_jono_batu_bara_dikeluhkan_pengunjung_masuk_bayar_harga_makanan_mahal_tapi_fasilitas_tak_terawat

Rosalina, B., & Lubis, A. L. (2026). Analisis dampak harga dan fasilitas pada kepuasan wisatawan Ocarina Batam. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata, 8*(3). https://doi.org/10.23887/jmpp.v8i3.104317

Xia, L., Monroe, K. B., & Cox, J. L. (2004). The price is unfair! A conceptual framework of price fairness perceptions. *Journal of Marketing, 68*(4), 1–15. https://doi.org/10.1509/jmkg.68.4.1.42733

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means–end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing, 52*(3), 2–22. https://doi.org/10.1177/002224298805200302