

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, industri yang paling berpotensi berkembang adalah industri pariwisata. Pariwisata menarik minat wisatawan dengan menawarkan berbagai keindahan dari alam, keberagaman budaya, karya anak bangsa, serta kearifan dari masyarakatnya. Adanya pariwisata yang mana sebagai penunjang perkembangan ekonomi sangat disambut hangat oleh para masyarakat karena dengan ini bisa membuka peluang usaha yang luas dan tentunya juga dapat meningkatkan devisa negara.

Pariwisata biasa didefinisikan dengan bidang industri hiburan yang mana digunakan baik individu maupun kelompok untuk menghabiskan waktu luangnya demi mendapatkan ketenangan dan hiburan serta menghilangkan kebosanannya. Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang mana terkenal akan kaya budayanya dan keindahan alamnya dari ujung sabang sampai ujung Merauke. Tentu hal ini menjadi aset bagi Negara Indonesia sendiri yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan.¹ Dengan kesibukan rutinitas yang dilakukan setiap hari lama kelamaan akan lelah dan juga butuh liburan atau berwisata untuk sedikit memanjakan diri dan menikmati hidup sebelum kembali melakukan rutinitas kesibukan selanjutnya. Keputusan berkunjung merupakan proses yang mana seseorang melakukan pemilihan atau memutuskan pergi ketempat tersebut berdasarkan alasan yang

¹ Riska Aprilia Mokoginta, *Pengembangan Kawasan Wisata bahari (Studi Kecamatan Nuangan Kabupaten Bolaang Mongondow Timur)*, (Jurnal: Spasial, Vol. 7 No. 33, 2020), 375

dipertimbangkan terlebih dahulu. Teori keputusan berkunjung dikiaskan seperti halnya keputusan pembelian. Maka dari itu strategi dalam mencapai tujuan dari pengelolaan pantai sama dengan strategi pengelolaan barang lainnya yaitu dengan strategi *marketing mix* atau biasa disebut dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran disini yang digunakan yaitu 7P diantaranya adalah: *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence.*²

Product merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen untuk dibeli. *Price* merupakan nilai suatu jumlah uang atas produk yang ditawarkan. *Place* merupakan lokasi dimana konsumen bisa menemukan produk yang ditawarkan. *Promotion* merupakan segala bentuk informasi mengenai produk yang berfungsi untuk menarik minat konsumen. *People* merupakan semua orang yang terlibat dalam bisnis tersebut. *Process* merupakan serangkaian kegiatan yang disajikan perusahaan dalam memberikan produk yang ditawarkan. *Physical evidence* merupakan suatu bukti fisik atas produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Menurut Azwar Tryadi, *Physical Evidence* merupakan unsur *marketing mix* 7P yang mana hal-hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan layanan produk yang ditawarkan secara signifikan sehingga menghasilkan suatu kepuasan.³

² Philip Kotler Dan Gery Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*, (Jakarta: Erlangga, 2016), 62-63

³ Azwar Tryadi, *Pengaruh Physical Evidence Terhadap Tepuasan Konsumen (Studi Kasus di Surf Café Kota Bima)*, (Journal Scientific o Mandalika, Vol.2 No.7, 2021), 292

Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor ekonomi penting. Selain sebagai mesin penggerak ekonomi, pariwisata dianggap mampu mengurangi angka pengangguran. Dalam perekonomian nasional, pariwisata merupakan sektor yang diharapkan mampu meningkatkan pendapatan melalui penerimaan devisa negara.⁴ Salah satu sektor pariwisata yang menjadi penyumbang devisa tertinggi adalah pariwisata pantai. Presiden Jokowi sejak awal pemerintahan mulai mencanangkan program 10 bali baru, yaitu menjadikan 10 destinasi wisata sebagai kawasan pariwisata prioritas. Dari 10 destinasi wisata tersebut, 7 objek wisata diantaranya adalah Kawasan wisata pantai. Hal tersebut menunjukkan bahwa pantai-pantai di Indonesia merupakan Kawasan yang memiliki potensi wisata yang sangat tinggi.⁵ Jawa tengah merupakan salah satu provinsi yang memiliki banyak pariwisata. Rembang merupakan salah satu kabupaten dari provinsi jawa tengah yang memiliki pariwisata diberbagai bidang terutama bidang keindahan alam. Tempatnya yang terkenal di pesisir, membuat kota ini memanfaatkan pantai sebagai objek wisata. Pantai merupakan penyumbang kunjungan wisata terbanyak di Jawa Tengah. Selain untuk meningkatkan pendapatan, pariwisata juga dapat melestarikan budaya dan memperkenalkan kepada dunia tentang keindahan alam yang dimiliki.

Kabupaten Rembang merupakan salah satu kabupaten yang terletak di ujung timur laut Provinsi Jawa Tengah serta dilalui jalan pantura. Kabupaten

⁴ Helmi Aliansyah dan Wawan Hermawan, *Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten atau Kota di Jawa Barat*, (Jurnal: Bina Ekonomi, Vol.23, No. 1, 2019), 40

⁵ Ankiq Taufiqurohman, *Faktor-Faktor Penyebab Resiko Wisata Bahari Berdasarkan Dinamika Fisik Pantai di Pesisir Selatan Jawa Barat*, (Jurnal:ilmiah Pariwisata, Vol. 26, No.1, 2021), 48

ini berbatasan dengan Teluk Rembang di sebelah utara, bagian timurnya merupakan Kabupaten Tuban, sebelah selatannya ada kabupaten Blora dan juga di bagian baratnya merupakan Kabupaten Pati. Kabupaten Rembang ini menawarkan keindahan alamnya berupa pantai yang unik dan banyak diminati wisatawan. Berikut daftar nama pantai di Kabupaten Rembang Provinsi Jawa Tengah:

Tabel 1. 1
Data Kunjungan Wisatawan Pantai di Kabupaten Rembang

No.	Nama Pantai	Tahun 2022	Tahun 2023
1	Pantai Balongan	102.211	142.163
2	Pantai Caruban	39.956	40.950
3	Pantai Dasun	319	0
4	Pantai Karang Jahe	376.220	389, 081
5	Pantai Nyamplung Indah	2.099	3.342
6	Pantai Pasir Putih Tasikharjo	249.470	253.197

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 1.1 sebagaimana yang tertulis diatas dapat diketahui bahwa pariwisata pantai yang dominan di lirik oleh para wisatawan baik pada tahun 2022 maupun tahun 2023 yang pertama adalah Pantai Karang Jahe dengan jumlah pengunjung pada tahun 2022 mencapai 376.220 wisatawan dan pada tahun 2023 sebanyak 389.081 wisatawan yang datang ke Pantai Karang Jahe tersebut. Kemudian diurutan kedua ada Pantai Pasir Putih Tasikharjo dengan jumlah pengunjung pada tahun 2022 sebanyak 249.270 wisatawan dan pada tahun 2023 sebanyak 253.197 wisatawan yang hadir di Pantai Pasir Putih Tasikharjo. Berdasarkan banyaknya wisatawan, Pantai Balongan berada di urutan ketiga dengan jumlah pengunjung sebanyak 102.211 pada tahun 2022 dan 142.163 wisatawan pada tahun 2023. Dari masing-masing pantai diatas memiliki keunikan sendiri yang dapat menarik minat wisatawan berkunjung ke pantai tersebut.

Persaingan antar pengelola pantai muncul karena pantai merupakan objek wisata di Kabupaten Rembang. Hal ini mengharuskan pengelola menyusun strategi jitu untuk menarik minat wisatawan. *Physical evidence* dan produk merupakan salah satu penunjang persaingan yang bisa meningkatkan citra pantai tersebut.

Pada tanggal 27 Februari 2024 dan 28 Februari 2024 peneliti melakukan observasi terhadap ketiga pantai yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan. Berikut disajikan tabel tentang perbandingan antara Pantai Karang Jahe, Pantai Pasir Putih Tasikharjo dan Pantai Balongan sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Perbandingan Pantai di Kabupaten Rembang

Ket.	Pantai Karang Jahe	Pantai Pasir Putih	Pantai Balongan
Produk	Pantai bersih dan terkelola, wahana (ATV, Bebek air, Motor Trail, Odong-odong, dan perahu layar)	Pantai terkelola	Pantai terkelola
Harga	-Tiket (Rp. 5.000-Rp. 50.000) -Sewa wahana (Rp. 10.000-Rp. 300.000)	-Tiket (Rp. 5.000-50.000) -Tidak ada wahana	-Tiket (Rp. 3.000-Rp. 50.000) -Tidak ada wahana
Lokasi	Jetakbelah,Puljulharjo, Kecamatan Rembang 7,5 Km dari pusat kota	Tasikharjo,Kecamatan Kaliori, Kab. Rembang 10 Km dari pusat kota	Balongmulyo,Kecamatan Kragan, Kab. Rembang 39 Km dari pusat kota
Promosi	Word of mouth, sosial media, mengadakan <i>event</i> .	Word of mouth	Word of mouth dan sosial media
Orang atau Karyawan	30 orang yang terdiri dari: (Pria: 20 dan wanita:10)	20 orang yang terdiri dari: (Pria: 10 dan wanita:10)	15 orang yang terdiri dari: (Pria: 10 dan wanita:5)
Proses	Antrian tiket lama	Antrian tiket lama	Antrian tiket cepat

Bukti Fisik	<ul style="list-style-type: none"> a Pantai bersih b Gazebo berjumlah 73 c Kios makanan dengan menu utamanya ikan asap d Pohon cemara e Pos informasi f Spot foto g Mushola h Area parkir sekitar 50 mobil dan 200 motor i Kamar mandi cewek cowok j <i>Play ground</i> k Live music l Outbound area m Payung pantai 	<ul style="list-style-type: none"> a Pantai bersih b Gazebo berjumlah 34 c Kios makanan cepat saji d Pohon cemara e Pos informasi f Spot foto g Mushola h Area parkir sekitar 20 mobil dan 100 motor i Kamar mandi umum 	<ul style="list-style-type: none"> a Pantai beberapa titik ada sampah b Gazebo berjumlah 62 c Kios makanan dengan menu utamanya rujak petis d Pohon cemara e Pos informasi f Spot foto g Mushola h Area parkir sekitar 15 mobil dan 120 motor i Kamar mandi umum j <i>Play ground</i>
-------------	---	--	---

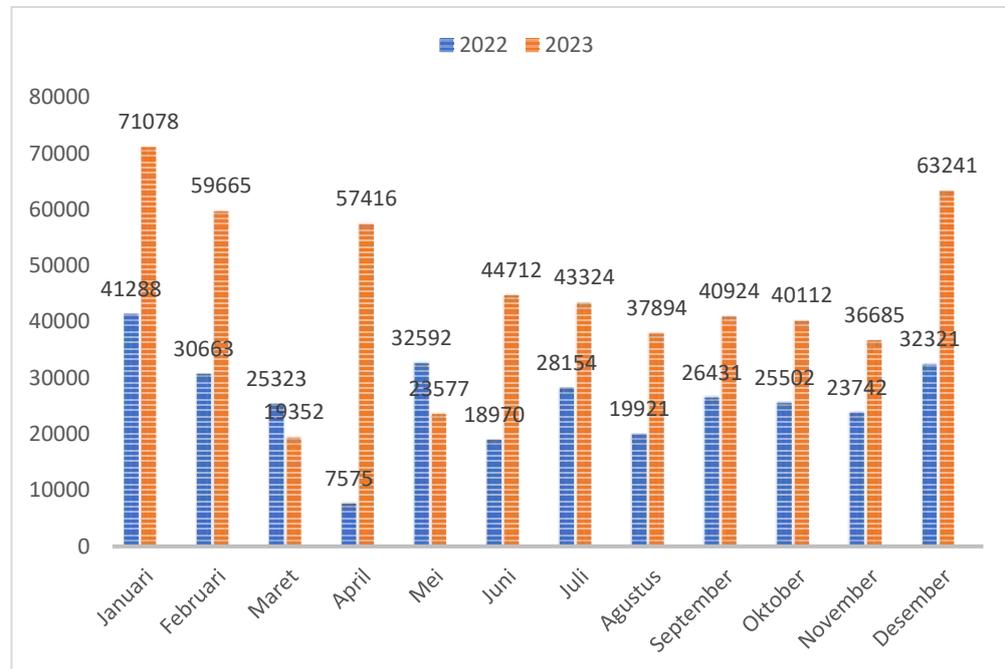
(Sumber: data diolah, 2024)

Sebagaimana tabel 1.2 di atas, dari ketiga pantai yang memiliki keunggulan yang lebih banyak adalah Pantai Karang Jahe. Keunggulannya terletak pada *Physical Evidence*, produk dan juga banyaknya wisatawan yang datang ke Pantai Karang Jahe tersebut. Dan dari data di atas, dapat diketahui pula bahwa *physical evidence* pada Pantai Karang Jahe lebih lengkap sehingga dapat menarik minat wisatawan dibandingkan dengan *physical evidence* yang ditawarkan Pantai Pasir Putih Tasikharjo dan Pantai Balongan.

Pariwisata bisa meningkatkan perekonomian rakyat dan devisa negara, maka sekarang ini banyak dibuka wisata-wisata dengan pesonanya tersendiri untuk menarik para wisatawan. Salah satu destinasi yang memiliki daya tarik wisata di Desa Punjulharjo adalah wisata pantai Karang Jahe. Karena dalam pengelolannya destinasi wisata pantai karang jahe menjadi sebagian dari penyumbang pendapatan asli desa (PaDes) yang sangat besar. Pada tahun 2013, pengelolaan wisata pantai karang jahe saat ini masih dikelola oleh organisasi kepemudaan yaitu karang taruna setempat, lalu pada tahun 2015 pengelolaan

dan manajemen objek wisata pantai karang jahe melakukan transisi pengelolaan yang pada awalnya dikelola oleh karang taruna kemudian berpindah kemudi dalam pengelolaan Badan Pengelola Karang Jahe Beach (BP-KJB) dan juga BUMDes Punjulharjo. Pengelola pantai Karang Jahe menyediakan jasa diantaranya adalah pantai bersih dan terkelola dengan pesona keindahan panoramanya, cemara disepanjang tepi pantai, berbagai wahana, situs perahu kuno masa kerajaan mataram serta edukasi pembuatan garam, sehingga dapat menambah minat konsumen untuk lebih memilih Pantai Karang Jahe Rembang dibandingkan dengan pantai pembanding. Dan yang tidak kalah menariknya bahwa Pantai Karang Jahe menerapkan pariwisata halal yang mana menyediakan fasilitas pendukung seperti mushola untuk beribadah serta kamar mandi yang dipisah antara pria dan wanita. Pantai Karang Jahe tidak memperkenankan apabila area pantai digunakan untuk kegiatan minum minuman keras dan juga tidak diperbolehkan untuk hal-hal yang tidak senonoh lainnya. Dari hal-hal tersebut akan menimbulkan ekonomi syariah. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada wisata Pantai Karang Jahe Rembang.

Grafik 1. 1
Data Kunjungan Wisatawan di Pantai Karang Jahe Rembang Periode
2022-2023



(Sumber: Data diolah, 2024)

Sebagaimana grafik 1.1 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah wisatawan Pantai Karang Jahe tahun 2022 mencapai 312.482 jiwa yang mana Bulan Januari merupakan bulan yang paling banyak wisatawan yang mengunjungi Pantai Karang Jahe dan dibulan April yang paling sedikit jumlah wisatawannya yaitu 7.575 jiwa pada tahun 2022 tersebut yang mungkin penyebabnya adalah pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan Ramadhan.

Pada tahun 2023, Pantai Karang Jahe mengalami kenaikan pengunjung yang jumlahnya mencapai hingga 537.980 wisatawan. Dapat dilihat pada tabel diatas, bahwa bulan januari merupakan bulan yang pengunjungnya paling banyak karena bertepatan dengan hari libur natal dan tahun baru. Pada bulan maret merupakan bulan yang sedikit pengunjungnya dibandingkan bulan-bulan lain di tahun 2023.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti selanjutnya melakukan observasi awal kepada 35 wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pantai Karang Jahe Kabupaten Rembang. Observasi ini dilakukan pada tanggal 28 Februari 2024 guna mengetahui alasan wisatawan memilih berkunjung ke objek wisata Pantai Karang Jahe. Data yang didapatkan dari observasi tersebut sebagai berikut:

Tabel 1. 3
Alasan Keputusan Berkunjung ke Wisata Pantai Karang Jahe Rembang

No	Faktor	Jumlah
1.	<i>Product</i> (Produk)	14
2.	<i>Price</i> (Harga)	2
3.	<i>Place</i> (Tempat)	3
4.	<i>Promotion</i> (Promosi)	6
5.	<i>People</i> (Orang)	0
6.	<i>Process</i> (Proses)	0
7.	<i>Physical Evidence</i> (Bukti fisik)	10

(Sumber data: Data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 1.3 dapat diketahui bahwa 14 orang memilih karena produknya, 2 orang karena harganya, 3 orang karena tempatnya, 6 orang karena promosinya dan 10 orang karena bukti fisiknya. Sehingga dari hasil observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling penting dalam mempengaruhi keputusan berkunjung ke objek wisata Pantai Karang Jahe Rembang adalah Produk dan *Physical Evidence*.

Uraian di atas menjadi landasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Produk dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Pemilihan Wisata Pantai (Studi Pada Wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah)”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana produk wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah?
2. Bagaimana *physical evidence* wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah?
3. Bagaimana keputusan pemilihan wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah?
4. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pemilihan wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah?
5. Bagaimana pengaruh *physical evidence* terhadap keputusan pemilihan wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah?
6. Bagaimana pengaruh produk dan *physical evidence* terhadap keputusan pemilihan wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui produk wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah
2. Untuk mengetahui *physical evidence* wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah
3. Untuk mengetahui keputusan pemilihan wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah
4. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pemilihan wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah

5. Untuk mengetahui pengaruh *physical evidence* terhadap keputusan pemilihan wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah
6. Untuk mengetahui pengaruh produk dan *physical evidence* terhadap keputusan pemilihan wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis baik untuk peneliti, objek penelitian dan juga bagi Lembaga Pendidikan. Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat menjadi acuan keberhasilan dan kesuksesan pariwisata dan juga sebagai acuan informasi untuk evaluasi pengembangan pariwisata kedepannya.

2. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat meningkatkan kemampuan dan kecerdasan dalam bidang bauran pemasaran yang akan digunakan ketika kelak terjun langsung ke masyarakat.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Diharapkan dapat menjadi tambahan bacaan ilmiah yang dapat menambah wawasan para pembaca.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Pantai Panjang Kota Bengkulu”, yang dilakukan oleh Yulius Wahyu Setiadi.⁶

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik, proses dan orang berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian kali ini terletak pada variabel X yaitu bauran pemasaran (produk dan *physical evident*). Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian yang mana penelitian terdahulu objeknya pada Objek Pantai Panjang Kota Bengkulu sedangkan pada penelitian kali ini, objeknya pada Pantai Karang Jahe Rembang.

2. Penelitian dengan judul “Bauran Pemasaran (4P+*Physical Evidence*) Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Laboratorium Klinik Prodia Surakarta”, yang dilakukan oleh Sarsi Hartiningsih.⁷

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Laboratorium Klinik Prodia.

⁶ Yulius Wahyu Setiadi dan Marliza Ade Fitri, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu*, (Jurnal:Ekombis Review, Vol. 6, No. 2, 2018), 148

⁷ Sarsi Hartiningsih, *Bauran Pemasaran (4P+Physical Evidence) Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Laboratorium Klinik Prodia Surakarta*, (Jurnal: Media Ekonomi dan Manajemen, Vol.32, No.1, 2017), 28

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian kali ini terletak pada variable X yaitu *Physical Evidence* dan juga terletak pada metode penelitiannya menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada variable X nya berupa 4P (*Product, Price, Place dan Promotion*) dan jug terletak pada objek penelitiannya yang mana penelitian terdahulu objeknya yaitu di Klinik Prodia Surakarta sedangkan penelitian kali ini objeknya pada Pantai Karang Jahe Rembang.

3. Penelitian dengan judul “Pengaruh Produk dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pengunjung Memilih Wisata Buatan (Studi Pada Wisata Bale Tani Jombang)”, yang dilakukan oleh Dya Kumalasari.⁸

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk dan bukti fisik mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pengunjung memilih wisata buatan (Studi Pada Wisata Bale Tani Jombang).

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada variabel X berupa produk dan bukti fisik variabel Y nya berupa keputusan pemilihan. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian yang mana pada penelitian terdahulu pada Wisata Bale Tani Jombang sedangkan penelitian kali ini objeknya pada Pantai Karang Jahe Rembang.

⁸ Dya Kumalasari, *Pengaruh Produk dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pengunjung Memilih Wisata Buatan (Studi Pada Wisata Bale Tani Jombang, (Skripsi)*, (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2020), 8

4. Penelitian dengan judul “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Objek Wisata Buatan (Studi Pada Wisata Tani Betet Desa Betet Kec. Ngronggot Kab. Nganjuk)”, yang dilakukan oleh Ulfa Qodaryanti.⁹

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan memilih objek Wisata Tani Betet Desa Betet Kec. Ngronggot Kab. Nganjuk.

Persamaan penelian terdahulu dengan penelitian kali ini terletak pada variabel X berupa produk. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X yang berupa promosi dan juga terletak pada objek penelitian yang mana pada penelitian terdahulu pada objek Wisata Tani Betet Desa Betet Kec. Ngronggot Kab. Nganjuk sedangkan penelitian kali ini objeknya pada Pantai Karang Jahe Rembang.

5. Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *skin care*”, yang dilakukan oleh Zuraidah dan Angelia Nesma Yunika.¹⁰

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

⁹ Ulfa Qadaryanti, *Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Objek Wisata Buatan (Studi Pada Wisata Tani Betet Desa Betet Kec. Ngronggot Kab. Nganjuk)*, (Skripsi), (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021), 8

¹⁰ Zuraidah dan Angelia Nesma Yunika Putri, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care*, (Jurnal: Istithmar, Vol.4, No. 2, 2020), 65

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel X yaitu berupa promosi. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel Y nya. Yang mana penelitian terdahulu memiliki variabel Y dua yaitu kepuasan dan loyalitas konsumen. Sedangkan penelitian kali ini variabel Y nya berupa keputusan pemilihan.

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari masalah yang telah dirumuskan yang mana selanjutnya akan diuji kebenarannya dengan bentuk dan analisis yang sesuai.¹¹ Hipotesis alternatif (H_a) yaitu menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan variabel Y atau adanya pengaruh antara variabel *dependent* dan *independent*. Sedangkan hipotesis nol (H_0) yaitu menyatakan tidak adanya hubungan antara dua variabel. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut

1. H_{01} : Tidak ada pengaruh produk terhadap keputusan pemilihan Wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah
 H_{a1} : Ada pengaruh produk terhadap keputusan pemilihan Wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah
2. H_{02} : Tidak ada pengaruh *physical evidence* terhadap keputusan pemilihan Wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah
 H_{a2} : Ada pengaruh *physical evidence* terhadap keputusan pemilihan Wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah

¹¹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2019), 88

3. H₀₃: Tidak ada pengaruh produk dan *physical evidence* terhadap keputusan pemilihan Wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah

H_{a3}: Ada pengaruh produk dan *physical evidence* terhadap keputusan pemilihan Wisata Pantai Karang Jahe Rembang Jawa Tengah