

Pengaruh Harga Tiket, Biaya Promosi, dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Retribusi Pendapatan Pariwisata (Studi Kasus di Pantai Randusanga Indah Brebes)

Yolanda Fachrunnissa¹, Indah Dewi Mulyani², Nur Afridah³

¹⁻³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi,
Brebes, Indonesia

Email : yfachrunnissa@gmail.com¹, mulyaniindahdewi342@gmail.com²,
nurafridah.umus73@gmail.com³

Korespondensi penulis : yfachrunnissa@gmail.com

Abstract Tight tourism competition greatly influences income levies which greatly influence the sustainability of tourism. The Marketing concept itself is an activity that relies on the ability of the Pokdarwis or (management) team to make tourists trust and believe in the rides or facilities offered. So to increase tourism revenue levies, managers must pay attention to ticket prices, promotional costs and financial management. The purpose of this research is to determine and analyze the influence of: 1) ticket prices on revenue levies, 2) promotional costs on revenue levies, 3) financial management on revenue levies, and 4) ticket prices, promotional costs, and financial management on revenue levies in general. Simultaneously at Randusanga Beach, Brebes. The research population was 4,629 visitors. Sampling for this research used the Slovin formula using an incidental technique of 98 samples. The data used is primary data from respondents' questionnaire answers. Hypothesis testing uses SPSS 25. The theoretical basis used is ticket prices, promotional costs, financial management and income levies. The research results show that the ticket price (X1) is 3,697 at the $\alpha = 5\%$ test level. Meanwhile, the t table value (df=n-k) or (df = 98-3-1) at the 0.05 test level is known to be 1.98525, Promotion Costs (X2) is 3.697 at the $\alpha = 5\%$ test level. Meanwhile, the t table value (df=n-k) or (df = 98-3-1) at the 0.05 test level is known to be 1.98525, Financial Management (X3) is 8.202 at the $\alpha = 5\%$ test level. Meanwhile, the t table value (df=n-k) or (df = 98-3-1) at the 0.05 test level is known to be 1.98525. Ticket prices, promotional costs and financial management simultaneously have a significant and significant effect on tourism income at Randusanga Beach, Brebes. The variables of ticket prices, promotional costs and financial management simultaneously influence and significantly influence tourism revenue levies at Randusanga Beach, Brebes, amounting to 63.60%, and the remaining 36.40% is influenced by variables not examined in this research.

Keywords: Ticket Prices, Promotion Costs, Financial Management and Revenue Levy

Abstrak Ketatnya persaingan pariwisata sangat mempengaruhi Retribusi pendapatan yang sangat berpengaruh terhadap kelangsungan suatu pariwisata. Konsep Marketing sendiri merupakan kegiatan yang bertumpu pada kemampuan tim pokdarwis atau (pengelola) dalam membuat wisatawan percaya dan yakin akan wahana atau fasilitas yang ditawarkan. Jadi untuk meningkatkan retribusi pendapatan pariwisata, pengelola harus memperhatikan Harga tiket, Biaya promosi dan pengelolaan keuangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh: 1) harga tiket terhadap retribusi pendapatan, 2) biaya promosi terhadap retribusi pendapatan, 3) pengelolaan keuangan terhadap retribusi pendapatan, dan 4) harga tiket, biaya promosi, dan pengelolaan keuangan terhadap retribusi pendapatan secara simultan pada Pantai randusanga Brebes. Populasi penelitian berjumlah 4.629 pengunjung. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin menggunakan teknik insidental sebanyak 98 sampel. Data yang digunakan adalah data primer dari jawaban kuesioner responden. Pengujian hipotesis menggunakan SPSS 25. Landasan teori yang digunakan adalah Harga tiket, biaya promosi, pengelolaan keuangan dan Retribusi pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan Harga Tiket (X1) sebesar 3.697 pada taraf uji $\alpha = 5\%$. Sedangkan nilai t tabel (df=n-k) atau (df = 98-3-1) pada taraf uji 0.05 diketahui sebesar 1.98525, Biaya Promosi (X2) sebesar 3.697 pada taraf uji $\alpha = 5\%$. Sedangkan nilai t tabel (df=n-k) atau (df = 98-3-1) pada taraf uji 0.05 diketahui sebesar 1.98525, Pengelolaan Keuangan (X3) sebesar 8.202 pada taraf uji $\alpha = 5\%$. Sedangkan nilai t tabel (df=n-k) atau (df = 98-3-1) pada taraf uji 0.05 diketahui sebesar 1.98525, Harga tiket, biaya promosi dan pengelolaan keuangan secara simultan berpengaruh dan signifikan berpengaruh terhadap pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes. Variabel harga tiket, biaya promosi dan pengelolaan keuangan secara simultan berpengaruh dan signifikan berpengaruh terhadap retribusi pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes sebesar 63,60%, dan sisanya 36,40% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Hrga Tiket, Biaya Promosi, Pengelolaan Keuangan dan Retribusi Pendapatan

Received: Juli 24, 2024; Revised: Agustus 12, 2024; Accepted: September 04, 2024; Online available: September 07, 2024

1. LATAR BELAKANG

Penetapan harga tiket yang optimal merupakan keseimbangan antara menarik jumlah pengunjung yang memadai dan memastikan pendapatan yang cukup untuk membiayai operasional dan pengembangan objek wisata (Afis Sahaya, 2022). Hal ini memerlukan pemahaman yang mendalam tentang pasar, perilaku konsumen, dan biaya operasional terkait dengan pengelolaan objek wisata. Selain itu, strategi penetapan harga tiket juga dapat disesuaikan dengan musim atau waktu tertentu dalam rangka meningkatkan daya tarik objek wisata. Misalnya, harga tiket dapat dinaikkan selama musim liburan atau acara khusus, atau diberlakukan diskon pada hari-hari tertentu untuk menarik lebih banyak pengunjung. Harga tiket memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan pendapatan pariwisata suatu objek wisata, dan manajemen yang bijak dalam penetapan harga tiket dapat berkontribusi secara signifikan terhadap kesuksesan finansial dan operasional objek wisata tersebut.

Promosi yang berhasil juga dapat mempengaruhi persepsi dan citra objek wisata di mata wisatawan. Dengan menekankan aspek-aspek positif seperti keindahan alam, budaya lokal, keberagaman aktivitas, dan layanan berkualitas, promosi dapat menciptakan kesan yang kuat dan mengundang minat bagi para wisatawan untuk mengalami pengalaman langsung di destinasi tersebut. Selain itu, biaya promosi juga memainkan peran penting dalam meningkatkan volume kunjungan wisatawan. Melalui promosi yang efektif, destinasi pariwisata dapat menarik wisatawan dari berbagai latar belakang dan lokasi geografis. Penyelenggaraan acara khusus, festival budaya, atau even olahraga yang dipromosikan dengan baik dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang mencari pengalaman yang unik dan berkesan.

Selain itu faktor lain yang mempengaruhi pendapatan pengunjung adalah Pengelolaan Keuangan. Pengelolaan Keuangan memainkan peran yang sangat penting dalam mempengaruhi pendapatan dari pengunjung dalam industri pariwisata. Pengelolaan keuangan yang baik tidak hanya mencakup pengelolaan pendapatan yang diperoleh dari wisatawan, tetapi juga pengeluaran dan investasi yang diperlukan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan serta infrastruktur pariwisata (Fatwitawati, 2018). Pengelolaan keuangan yang efektif memungkinkan objek wisata untuk mengalokasikan dana secara bijaksana untuk berbagai keperluan, seperti pemeliharaan fasilitas, pengembangan infrastruktur, promosi, dan pelatihan staf. Dengan mengalokasikan dana dengan cermat sesuai dengan prioritas dan kebutuhan yang mendesak, objek wisata dapat memastikan bahwa sumber daya tersedia untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan menjaga daya tarik destinasi tersebut.

Selain itu, pengelolaan keuangan yang baik juga melibatkan pengelolaan risiko yang efektif. Dalam industri pariwisata, risiko seperti fluktuasi pasar, perubahan regulasi, bencana alam, dan perubahan tren wisatawan dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan dan keberlanjutan objek wisata. Penting bagi manajemen objek wisata untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko-risiko ini secara proaktif untuk meminimalkan dampak negatifnya. Secara keseluruhan, Pengelolaan Keuangan memiliki dampak yang luas terhadap pendapatan pengunjung dalam industri pariwisata. Langkah adopsi praktik pengelolaan keuangan yang baik, objek wisata dapat meningkatkan daya saing mereka, memperkuat kepercayaan wisatawan dan investor, serta mengoptimalkan potensi pendapatan mereka dalam jangka panjang

Berdasarkan pemaparan yang dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Retribusi pendapatan pariwisata di pantai randusanga brebes dengan judul: **Pengaruh Harga Tiket, Biaya Promosi, dan Pengelolaan Keuangan terhadap Retribusi Pendapatan Pariwisata di Pantai Randusanga Brebes”.**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang muncul adalah :Apakah terdapat pengaruh harga tiket terhadap retribusi pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes?, Apakah terdapat pengaruh biaya promosi terhadap retribusi pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes?, Apakah terdapat pengaruh pengelolaan keuangan terhadap retribusi pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes? Dan Apakah terdapat pengaruh harga tiket, biaya promosi dan pengelolaan keuangan secara bersama-sama terhadap retribusi pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes?

2. KAJIAN TEORITIS

Pariwisata

Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan obyek dan daya tarik serta usaha-usaha yang terkait di bidang itu (Peraturan Pemerintah RI, 1990). Pengertian ini mengandung lima unsur yaitu, unsur manusia (wisatawan), unsur kegiatan (perjalanan), unsur motivasi (menikmati), unsur sasaran (obyek dan daya tarik wisata) dan unsur usaha.

Menurut Marpaung (2002), pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya (H. Marpaung & Bahar, 2002). Aktivitas yang dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pariwisata adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok

orang secara berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain secara berulang-ulang untuk sementara waktu dengan tujuan menikmati keindahan alam dan bukan untuk mencari nafkah (Revida, 2020).

Dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah industri atau kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan dan kunjungan wisata. Ini mencakup segala hal yang terkait dengan liburan, seperti perjalanan, akomodasi, makanan dan minuman, kegiatan rekreasi, dan pengalaman budaya. Pariwisata tidak hanya mencakup wisatawan yang bepergian ke tempat-tempat baru untuk bersantai atau berlibur, tetapi juga melibatkan sektor-sektor yang terlibat dalam menyediakan layanan dan infrastruktur yang mendukung perjalanan dan pariwisata, seperti maskapai penerbangan, hotel, restoran, atraksi wisata, dan agen perjalanan.

Harga Tiket

Harga adalah suatu alat pemasaran kunci yang digunakan organisasi untuk mencapai tujuan pemasarannya, ini merupakan suatu yang berpengaruh kuat. Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan/moneter) dan atau aspek lain (*non-moneter*) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk (A. Hasan & Hamid, 2021). Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa (Kotler, 2015). Artinya, harga merupakan jumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Harga merupakan sesuatu yang harus dibayarkan untuk mendapatkan barang sesuai kualitas dengan nilai yang sama dengan harapan bisa menggunakan atau memanfaatkan produk atau jasa (Kotler & Amstrong, 2019).

Harga tiket adalah harga yang ditukarkan untuk tiket (Dumadi & Syaifulloh, 2021). Menurut Basu Swastha harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang jika mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Syam, 2021). Hamdani dan Lupiyoadi (2013) dalam (Sari, 2020) menyatakan bahwa harga adalah berbagai keunggulan produk jasa berbanding dengan biaya yang sudah dikeluarkan untuk menggunakan jasa.

Biaya Promosi

Biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan (Tjiptono, 2015). Menurut Basu Swastha dalam bukunya Manajemen Pemasaran Modern (2008:349) promosi dapat diartikan sebagai adalah arus

informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Basu, 2008). Menurut (Muslim, 2020), promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. Selain itu, promosi merupakan cara untuk memberikan informasi, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun secara tidak langsung mengenai suatu produk atau merek yang dijual (Kotler & Armstrong, 2019).

Biaya promosi merupakan sejumlah dana yang dikucurkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan (Sundari et al., 2022). Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012) mengatakan bahwa biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk penyampaian pesan (pemasar) kepada penerima pesan (calon konsumen). Freddy Rangkuti (2013) biaya promosi adalah biaya pemasaran atau biaya penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen. Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau *revenue* yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan (Setiawan, 2020).

Menurut (Nomleni et al., 2023) mengemukakan bahwa biaya promosi adalah biaya yang meliputi semua hal dalam rangka pelaksanaan kegiatan promosi atau kegiatan untuk menjual produk perusahaan baik berupa barang atau jasa pada pembeli sampai pengumpulan piutang menjadi kas. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa, biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menarik hati konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung agar dapat membeli produk perusahaan.

Pengelola Keuangan

Menurut Anwar (2019) manajemen keuangan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang pengelolaan keuangan perusahaan baik dari sisi pencarian sumber dana, pengalokasian dana, maupun pembagian hasil keuntungan perusahaan. Menurut (Purba, 2021) pengelolaan keuangan atau manajemen keuangan adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian kegiatan keuangan seperti pengadaan dan pemanfaatan dana usaha.. Secara harfiah pengelolaan keuangan (manajemen keuangan) berasal dari kata manajemen yang memiliki arti mengelola dan keuangan yang berarti hal-hal yang berhubungan dengan uang seperti pembiayaan, investasi dan modal. Dapat disimpulkan pengelolaan keuangan dapat diartikan sebagai seluruh aktivitas yang berhubungan dengan bagaimana mengelola keuangan yang dimulai memperoleh sumber

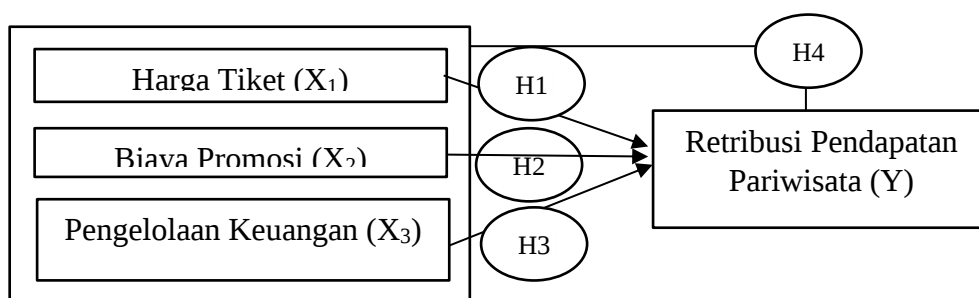
pendanaan, menggunakan dana sebaik mungkin hingga mengalokasikan dana pada sumber-sumber investasi untuk mencapai tujuan usaha.

Jatmiko (2017) mengungkapkan ruang lingkup pengelolaan keuangan (manajemen keuangan) berkaitan dengan perencanaan, pengarahan, pemantauan, pengorganisasian dan pengendalian sumber daya keuangan suatu perusahaan. Sedangkan menurut Wijaya (2017) ruang lingkup dari manajemen keuangan berkaitan dengan pengelolaan keuangan seperti anggaran, perencanaan keuangan, kas, kredit, analisis investasi, serta usaha memperoleh dana.

Retribusi Pendapatan Pariwisata

Menurut Munawir (1997), dalam (Aditya & Maryono, 2018) retribusi merupakan iuran kepada pemerintah yang dapat dipaksakan dan jasa balik secara langsung dapat ditunjuk. Paksaan ini bersifat ekonomis karena siapa saja yang tidak merasakan jasa balik dari pemerintah tidak akan dikenakan iuran. Definisi retribusi daerah menurut Peraturan Pemerintah Nomor 66 tahun 2001 tentang retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Kebijaksanaan memungut bayaran untuk barang dan layanan disediakan pemerintah pada masyarakat berpangkal pada efisiensi ekonomis. Teori ekonomi mengatakan, harga barang atau layanan jasa yang diberikan pada masyarakat hendaknya didasarkan pada biaya (marginal cost), yakni biaya untuk melayani konsumen yang terakhir (Wasil et al., 2020).

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini Berdasarkan paparan di atas maka dapat digambarkan kerangka berpikir konseptual dan penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

Dari permasalahan pokok yang dikemukakan di atas, berikut disajikan hipotesis sebagai dugaan sementara dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H1 : Diduga secara parsial harga tiket berpengaruh terhadap retribusi pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes.

H2 : Diduga secara parsial biaya promosi berpengaruh terhadap retribusi pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes.

H3 : Diduga secara parsial Pengelolaan Keuangan berpengaruh terhadap p retribusi pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes.

H4 : Diduga secara simultan harga tiket, biaya promosi, dan Pengelolaan Keuangan berpengaruh terhadap retribusi pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Sugiyono, 2019). Melalui pendekatan analisis deskriptif ini, dapat diketahui bagaimana gambaran/deskripsi mengenai Harga Tiket, Biaya Promosi dan Pengelolaan Keuangan terhadap Retribusi Pendapatan Pariwisata. Adapun desain penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah desain penelitian kasual karena metode penelitian yang digunakan menjelaskan tentang hubungan kasual antara variabel dan metode penelitian yang digunakan juga menggambarkan hubungan atau pengaruh antar variabel.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus, yaitu penelitian yang memfokuskan pada suatu objek tertentu. Penelitian ini dilakukan secara langsung di instansi dengan mengambil data-data yang relevan dengan objek penelitian. Dari data yang ada kemudian dianalisis yang kemudian akan menghasilkan kesimpulan. Kesimpulan yang diperoleh hanya terbatas pada objek yang diteliti saja.

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Pantai Randusanga Brebes, yang terletak di Desa Randusanga Kulon, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes. Peneliti mengambil lokasi di Pantai Randusanga Brebes, untuk mendapatkan gambaran yang jelas, tepat dan terperinci sesuai dengan yang terjadi tentang permasalahan yang ada berdasarkan fakta yang bersifat aktual pada saat penelitian. Alasan memilih lokasi penelitian ini karena Pantai Randusanga Brebes, memiliki karakteristik yang unik yang mempengaruhi retribusi pendapatan pariwisata, lingkungan kerja yang terkait dengan industri manufaktur plastik yang berbeda dari lingkungan kerja di industri lainnya. Waktu penelitian ini dilakukan pada Februari sampai Mei tahun 2024,

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pengunjung di Pantai Randusanga Brebes pada tahun 2023 sejumlah 55.549 orang. Rata-rata sebulan jumlah pengunjung 4.629 wisatawan.

Menurut (Arikunto, 2019), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan margin error 10%.

$$\text{populasi itu} n = \frac{N}{1+N e^2} n = \frac{4629}{1+4629(0,1 \times 0,1)} n = \frac{4629}{8,7247,29} n = 97,872$$

Peneliti membulatkan jumlah sampelnya menjadi 98 responden, dimana responden yang digunakan yaitu seluruh pengunjung di Pantai Randusanga Brebes

Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Hal ini dilakukan dengan harapan tidak terjadi tingkat kesalahan yang besar. Setelah data diolah, kemudian diperoleh hasil atau output SPSS. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel agar lebih rapi, dapat dibaca dengan mudah dan dapat cepat dipahami. SPSS (*Statistical Package for Social Science*) merupakan program atau software yang diperuntukkan untuk keperluan mengelolah data, sedangkan statistik mempunyai fungsi untuk menerjemahkan data yang ada untuk diolah dengan perhitungan tertentu, untuk mencari berbagai output yang dikehendaki para pengambil keputusan yang akan menunjukkan gambaran pengaruh stres kerja dan kepuasan kerja terhadap *turnover intention* pada seluruh pengunjung di Pantai Randusanga Brebes, Instrimen yang memenuhi syarat, maka dilakukannya uji instrumen (uji validitas & Reabilitas) , Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas , Uji Multikolonieritas) , Analisis Linier Berganda , Uji Hipotesis (Uji T & Uji F) , Uji koefisien Determinasi . penelitian seperti berikut ini :

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya atau aslinya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum. Variabel dalam penelitian ini yang meliputi Harga Tiket, Biaya Promosi, Pengelolaan Keuangan Retribusi dan Pendapatan akan diuji secara statistik deskriptif. Data hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskripsi data semua variabel yang meliputi Harga Tiket sebagai variabel X_1 , Biaya Promosi sebagai variabel X_2 , Pengelolaan Keuangan sebagai variabel X_3 , dan Retribusi Pendapatan Pariwisata sebagai variabel Y . Data hasil penelitian yang diperoleh dari 98 responden untuk semua variabel penelitian dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Uji Validasi

Menurut Sujarweni (2015:157-158), validitas adalah “Untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan setiap skor indikator

dengan total skor item dalam setiap variabel secara statistic, hasil dari korelasi tersebut dinamakan korelasi product moment (r_{hitung}). Instrumen tersebut memiliki validitas konstruksi yang baik dan dengan membandingkannya dengan r_{tabel} , dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 98 orang. Maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui $N = 98$, maka $r_{tabel} = 0.3610$ dengan sig. $\alpha = 0,05$. Ketentuannya apabila nilai r_{hitung} lebih besar dibanding r_{tabel} maka indikator atau kuesioner dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1 Uji Validitas Instrumen Kuesioner Variabel (X_1)

Item Pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
X1.1	.849	0,361	VALID
X1.2	.849	0,361	VALID
X1.3	.849	0,361	VALID
X1.4	.843	0,361	VALID
X1.5	.865	0,361	VALID
X1.6	.872	0,361	VALID
X1.7	.859	0,361	VALID
X1.8	.844	0,361	VALID

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2024

Tabel 2 Uji Validitas Instrumen Kuesioner Variabel (X_2)

Item Pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
X2.1	.857	0,361	VALID
X2.2	.828	0,361	VALID
X2.3	.841	0,361	VALID
X2.4	.857	0,361	VALID
X2.5	.891	0,361	VALID
X2.6	.816	0,361	VALID

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2024

Tabel 3 Uji Validitas Instrumen Kuisisioner Variabel (X_3)

Item Pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
Y1	.895	0,361	VALID
Y2	.900	0,361	VALID
Y3	.902	0,361	VALID
Y4	.893	0,361	VALID
Y5	.892	0,361	VALID
Y6	.903	0,361	VALID
Y7	.900	0,361	VALID
Y8	.908	0,361	VALID
Y9	.901	0,361	VALID
Y10	.902	0,361	VALID

Tabel 4 Uji Validitas Instrumen Kuisisioner Variabel (Y)

Item Pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
Y1	.902	0,361	VALID
Y2	.887	0,361	VALID
Y3	.883	0,361	VALID
Y4	.889	0,361	VALID
Y5	.881	0,361	VALID
Y6	.882	0,361	VALID
Y7	.886	0,361	VALID
Y8	.901	0,361	VALID
Y9	.892	0,361	VALID
Y10	.889	0,361	VALID

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2024

Berdasarkan table di atas hasil uji validitas memperlihatkan nilai r_{hitung} setiap indikator lebih besar dibanding nilai r_{tabel} , dimana nilai r_{tabel} dengan sampel ($n = 98$) yaitu 0,361, sehingga indikator dari Harga Tiket sebagai variabel X_1 , Biaya Promosi sebagai variabel X_2 , Pengelolaan Keuangan sebagai variabel X_3 , dan Retribusi Pendapatan Pariwisata sebagai variabel Y dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat kehandalan indikator atau kuesioner apabila digunakan kembali sebagai alat ukur variabel. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai α *cronbach's* variabel standar 0,05. Jika nilai α melebihi 0,05 maka indikator atau kuesioner dinyatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
Harga Tiket	0,870	Reliabel
Biaya Promosi	0,872	Reliabel
Pengelola Keuangan	0,909	Reliabel
Retribusi Pendapatan	0,899	Reliabel

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas memperlihatkan variabel bebas yang terdiri dari Harga Tiket sebagai variabel X_1 , Biaya Promosi sebagai variabel X_2 , Pengelolaan Keuangan sebagai variabel X_3 , dan Retribusi Pendapatan Pariwisata sebagai variabel Y masing-masing memiliki nilai α *cronbach* yang lebih besar dari r_{tabel} 0,600. Kondisi ini menunjukkan bahwa seluruh variabel tersebut reliabel dan dapat digunakan analisis selanjutnya.

Uji Normalitas

Hasil dari uji dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K- S) adalah sebagai berikut:

Tabel 6 One Sample Kolmogorof Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.45119531
Most Extreme Differences	Absolute		.102
	Positive		.041
	Negative		-.102
Test Statistic			.102
Asymp. Sig. (2-tailed)			.014 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.255 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.244
		Upper Bound	.267

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2024

Kriteria dalam Uji Kolmogorov-Smirnov untuk menentukan hasil salah satunya dapat melihat nilai signifikan atas Monte Carlo (2-tailed). Berdasar table 4.11 didapat nilai Monte Carlo Sig (2-tailed) yang dihasilkan lebih besar dari 0,05, maka residual berdistribusi normal ($0,255 > 0,05$) dan sebaliknya jika nilai Monte Carlo Sig (2-tailed) yang dihasilkan kurang dari 0,05 dapat dikatakan residual tidak berdistribusi normal ($\text{sig} < 0,05$)

Uji Multikolinearitas

Untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya, jadi nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $\text{VIF} = 1/\text{tolerance}$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.

Hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

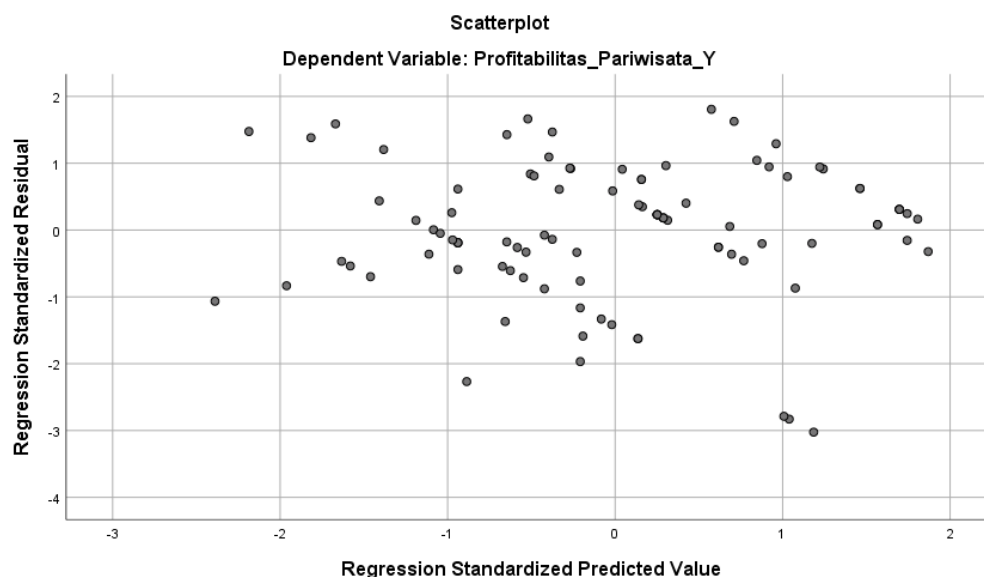
Tabel 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga_Tiket_X1	.731	1.368
	Biaya_Promosi_X2	.951	1.052
	Pengelolaan_K_X3	.724	1.382

a. Dependent Variable: Profitabilitas_Pariwisata_Y

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2024

Berdasar hasil uji multikolinieritas, didapat nilai toleransi dari masing-masing variabel bebas $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinieritas. Pada tabel coefficient di atas, bahwa nilai rentangnya sempit, yaitu pada Harga Tiket (X1) = 0.731 sampai dengan 1.369, pada Biaya Promosi (X2) juga hasilnya sama yaitu $X_2 = 0.951$ sampai dengan 1.052, dan pada Pengelolaan Keuangan (X3) juga hasilnya sama yaitu $X_3 = 0.724$ sampai dengan 1.382. Karena rentangnya sempit, maka *multikolinearitas tidak terdeteksi*. Berdasarkan tabel 4.12, bahwa, nilai Toleransi dari masing-masing variabel bebas $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinieritas Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedasitas

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil output scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan analisis asumsi dari regresi yang terdiri dari pengujian pengaruh variabel independen pada variabel dependen, sehingga tidak boleh terjadi korelasi di antara pengamatan serta data observasi sebelumnya

Tabel 8. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.802 ^a	.643	.632	2.57101	2.129
a. Predictors: (Constant), Kualitas_PK_X3, Biaya_Promosi_X2, Harga_Tiket_X1					
b. Dependent Variable: Profitabilitas_Pariwisata_Y					

Sumber: Hasil olah SPSS

Uji Linieritas

Uji linearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah informasi model yang digunakan sudah benar atau belum (Ghozali,2021). Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan

Tabel 9

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Profitabilitas _ Pariwisata_ Y * Kualitas_PK _X3	Between Groups	(Combined)	1203.981	1 5	80.265	12.222	.000
		Linearity	1016.432	1	1016.432	154.772	.000
		Deviation from Linearity	187.548	1 4	13.396	2.040	.024
	Within Groups		538.519	8 2	6.567		
	Total		1742.500	9 7			

Uji Hipotesis

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 10 Uji signifikansi parsial (uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.153	3.345		.942	.348
	Harga_Tiket_X1	.295	.080	.265	3.697	.000
	Biaya_Promosi_X2	.208	.092	.143	2.274	.025
	Pengelolaan_K_X3	.572	.070	.590	8.202	.000

a. Dependent Variable: Profitabilitas_Pariwisata_Y

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2024

Setelah melihat hasil perhitungan SPSS, didapat nilai probabilitas variabel independen yaitu Harga Tiket (X1) sebesar 3.697 pada taraf uji $\alpha = 5\%$. Sedangkan nilai t tabel ($df=n-k$) atau ($df = 98-3-1$) pada taraf uji 0.05 diketahui sebesar 1.98525. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel didapatkan nilai t hitung Harga Tiket (X1) > t tabel ($3.697 > 1.98525$). Selain itu didapat nilai signifikansi (Sig) variabel Harga Tiket (X1) sebesar **0.000** < nilai Sig. 0.05, yang berarti **terdapat pengaruh** variabel Harga Tiket terhadap Retribusi Pendapatan Pariwisata di Pantai Randusanga Indah Brebes.

Nilai probabilitas variabel independen yaitu Biaya Promosi (X2) sebesar 3.697 pada taraf uji $\alpha = 5\%$. Sedangkan nilai t tabel ($df=n-k$) atau ($df = 98-3-1$) pada taraf uji 0.05 diketahui sebesar 1.98525. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel didapatkan nilai t hitung Biaya Promosi (X2) > t tabel ($2.274 > 1.98525$). Selain itu didapat nilai signifikansi (Sig) variabel Biaya Promosi (X2) sebesar **0.025** < nilai Sig. 0.05, yang berarti **terdapat pengaruh** variabel Biaya Promosi terhadap Retribusi Pendapatan Pariwisata di Pantai Randusanga Indah Brebes.

Nilai probabilitas variabel independen yaitu Pengelolaan Keuangan (X3) sebesar 8.202 pada taraf uji $\alpha = 5\%$. Sedangkan nilai t tabel ($df=n-k$) atau ($df = 98-3-1$) pada taraf uji 0.05 diketahui sebesar 1.98525. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel didapatkan nilai t hitung Pengelolaan Keuangan (X3) > t tabel ($8.202 > 1.98525$). Selain itu didapat nilai signifikansi (Sig) variabel Pengelolaan Keuangan (X3) sebesar 0.000 < nilai Sig. 0.05, yang berarti **terdapat pengaruh** variabel Pengelolaan Keuangan terhadap Retribusi Pendapatan Pariwisata di Pantai Randusanga Indah Brebes. Hal ini berarti variabel dependen yaitu Retribusi Pendapatan Pariwisata sangat dipengaruhi oleh variabel

Uji signifikansi simultan (Uji F)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Uji F statistik digunakan untuk memenuhi semua pengaruh variabel independen yang diuji pada tingkat signifikan 5%

Tabel 11 Uji signifikansi simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1070.863	3	356.954	57.572	.000 ^b
	Residual	582.811	94	6.200		
	Total	1653.673	97			
a. Dependent Variable: Retribusi_PP_Y.						
b. Predictors: (Constant), Pengelolaan_K_X3, Biaya_Promosi_X2, Harga_Tiket_X1						

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2024

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel **independen** secara bersama-sama (*simultan*) terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Hasil perhitungan statistik yang menggunakan SPSS, diperoleh tingkat signifikansi 0.000. Nilai signifikansi yang dihasilkan tersebut lebih kecil dari 0.05 atau $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}} = 57.572 > 2.47$. F tabel sebesar 2.47 diperoleh dengan melihat table F dengan derajat $df=1$ ($98-3-1$) pada taraf signifikansi 0,05.

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2016:95) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model deskriptif kuantitatif dalam menerangkan variabel dependen dan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada nilai koefisien korelasi dan koefisien determinasi seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 12 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 ^a	.648	.636	2.49000
a. Predictors: (Constant), Pengelolaan_K_X3, Biaya_Promosi_X2, Harga_Tiket_X1				
b. Dependent Variable: Retribusi_PP_Y				

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,636 (63,60%). Hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan variabel

independen dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependen sebesar 63,60%, sedangkan sisanya sebesar 36,40% ($1 - 0,636$) dijelaskan oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian. Variabel Harga Tiket, Biaya Promosi, dan Pengelolaan Keuangan mempengaruhi peningkatan Retribusi Pendapatan Pariwisata di Pantai Randusanga Indah Brebes sebesar 63,6%, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian persyaratan analisis klasik dasar regresi yang telah dilakukan sebelumnya memberikan hasil bahwa variabel-variabel yang terlibat di dalamnya memenuhi kualifikasi persyaratan dan asumsi klasik tersebut. Metode statistik yang dipakai dalam pembentukan hubungan antara variabel bebas dan terikat merupakan regresi linear berganda. Jika jumlah variabel bebasnya > 1 , maka analisis regresi memakai persamaan regresi linier berganda berikut ini:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$= 3.153 + 0.295 X_1 + 0.208 X_2 + 0.572 X_3$$

Analisis yang dipakai yaitu analisis regresi berganda dengan bantuan software statistik IBM SPSS window 21 diperoleh hasil perhitungan yang tampak pada tabel berikut:

Tabel 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.153	3.345		.942
	Harga_Tiket_X1	.295	.080	.265	3.697
	Biaya_Promosi_X2	.208	.092	.143	2.274
	Pengelolaan_K_X3	.572	.070	.590	8.202

a. Dependent Variable: Profitabilitas_Pariwisata_Y

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebagai berikut : Nilai konstanta sebesar $\alpha = 3.153$, menunjukkan angka positif yang menunjukkan bahwa apabila nilai β Harga Tiket, Biaya Promosi, dan Pengelolaan Keuangan dianggap konstan, maka rata-rata Retribusi Pendapatan Pariwisata sebesar 3.153, Nilai koefisien Harga Tiket (X_1) sebesar $\beta_1 = 0.295$, menunjukkan angka positif, artinya apabila Harga Tiket meningkat sebesar satu satuan, maka Pengelolaan Keuangan akan meningkat sebesar 0.295 dan berlaku juga sebaliknya. Dengan asumsi Biaya Promosi, dan Pengelolaan Keuangan dalam kondisi konstan. Dengan kata lain

jika Harga Tiket bernilai tetap (tidak berubah), maka setiap peningkatan Harga Tiket (X_1) akan meningkatkan Retribusi Pendapatan Pariwisata (Y) sebesar 0.295. Nilai koefisien Biaya Promosi (X_2) sebesar $\beta_2 = 0.208$, menunjukkan angka positif, artinya apabila Biaya Promosi meningkat sebesar satu satuan, maka Pengelolaan Keuangan akan meningkat sebesar 0.208 dan berlaku juga sebaliknya. Dengan asumsi Harga Tiket dan Pengelolaan Keuangan dalam kondisi konstan. Dengan kata lain jika Biaya Promosi bernilai tetap (tidak berubah), maka setiap peningkatan Biaya Promosi (X_2) akan meningkatkan Retribusi Pendapatan Pariwisata (Y) sebesar 0.208. Nilai koefisien Pengelolaan Keuangan (X_3) sebesar $\beta_3 = 0.572$, menunjukkan angka positif, artinya apabila Pengelolaan Keuangan meningkat sebesar satu satuan, maka Pengelolaan Keuangan akan meningkat sebesar 0.572 dan berlaku juga sebaliknya. Dengan asumsi Harga Tiket dan Biaya Promosi dalam kondisi konstan. Dengan kata lain jika Pengelolaan Keuangan bernilai tetap (tidak berubah), maka setiap peningkatan Pengelolaan Keuangan (X_3) akan meningkatkan Retribusi Pendapatan Pariwisata (Y) sebesar 0.572. Sedangkan Koefisien β_1 , β_2 dan β_3 dinamakan koefisien arah regresi, menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X_1 , X_2 dan X_3 sebesar satu satuan. Perubahan ini merupakan pertambahan bila b_1 bertanda positif dan penurunan bila β_1 bertanda negatif; pertambahan bila b_2 bertanda positif dan penurunan bila β_2 bertanda negatif, dan pertambahan bila b_3 bertanda positif dan penurunan bila β_3 bertanda negatif.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis regresi dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa

1. Harga tiket secara parsial berpengaruh dan signifikan berpengaruh terhadap retribusi pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes. sebesar 29,50%. Ditinjau dari beberapa indikator yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.
2. Biaya promosi secara parsial berpengaruh dan signifikan berpengaruh terhadap retribusi pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes. sebesar 20,80%. Ditinjau dari beberapa indikator yaitu: promosi yang menarik melalui media social, mengadakan event-event rutin, dan tersedianya informasi mengenai objek wisata di situs resmi
3. Pengelolaan keuangan secara parsial berpengaruh dan signifikan berpengaruh terhadap retribusi pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes. sebesar 57.20%. Ditinjau dari beberapa indikator yaitu: penyusunan rancangan keuangan untuk masa depan, pembayaran tagihan tepat waktu, penyisihan uang untuk tabungan, pengendalian biaya

pengeluaran, dan pemenuhan kebutuhan untuk diri sendiri dan keluarga.

4. Harga tiket, biaya promosi dan pengelolaan keuangan secara simultan berpengaruh dan signifikan berpengaruh terhadap pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes. Variabel harga tiket, biaya promosi dan pengelolaan keuangan secara simultan berpengaruh dan signifikan berpengaruh terhadap retribusi pendapatan pariwisata di Pantai Randusanga Brebes sebesar 63,60%, dan sisanya 36,40% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Aditya, D. M. E., & Maryono. (2018). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum, Dana Alokasi Khusus, Dana Bagi Hasil terhadap Belanja Modal (Studi pada Provinsi/Wilayah Kalimantan dan Sulawesi). *Journal*, 33, 978–979.
- Afis Sahaya. (2022). Pengaruh harga tiket, kualitas pelayanan dan fasilitas wisata terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening (Studi kasus pada Wahana Edukasi & Outbond Candi Desa Karang Kemiri, Kecamatan Karang Lewas, Kabupaten Banyumas). *Journal*, 192.
- Aisyah, S. (2019). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum dan Dana Alokasi Khusus terhadap tingkat kemandirian keuangan daerah Kabupaten Sumbawa periode tahun anggaran 2012-2018. *Journal*.
- Arikunto. (2019). *Prosedur penelitian* (2020 ed., pp. 43–54). Publisher.
- Ariska. (2017). Pengelolaan retribusi kawasan wisata Pantai Parangtritis dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Bantul. *Journal of Materials Processing Technology*, 1(1), 1–8.
- Arsini, K. S. N., Yogantara, K. K., & ... (2023). Pengaruh biaya promosi dan tarif kamar terhadap pendapatan pada Discovery Kartika Plaza Hotel. *Journal Research*.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse. *Akmami*, 2(2), 204–219.
- Basu, S. (2002). *Azas-azas marketing*. Liberty.
- Casroni. (2022). Analisis pajak daerah dan retribusi daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Brebes. *Universitas Muhadi Setiabudi*, 3(1).
- Dumadi, D., & Syaifulloh, M. (2021). Pengaruh brand image dan harga tiket terhadap minat pengunjung Wisata Pulau Cemara Brebes. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 16(2), 409–418.
- Fatwitawati, R. (2018). Pengelolaan keuangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Sembadha*, 32.

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzah, S. (2007). Pengembangan obyek wisata Pantai Randusanga Indah Brebes. Skripsi Jurusan Arsitektur Universitas Diponegoro.
- Hasan, A., & Hamid, N. A. (2021). Analisis persepsi harga, suasana café, dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Zero Cafe Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor*.
- Hasan, G., & Leon, W. (2023). Pengaruh strategi promosi, harga, iklan, kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian seafood di Batam dimediasi oleh kualitas. *Management Studies and Entrepreneurship*.
- Husin. (2022). Pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan Hotel Claro Kendari. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan (JAK)*, 7(2), 73–80.
- Ika, S., & Anita Wahyu, I. (2023). Potensi pajak daerah atas objek wisata dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 12(1), 167–184.
- Indriani, C. D. (2016). Pengaruh harga tiket, fasilitas dan daya tarik terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Pangandaran Provinsi Jawa Barat. Skripsi.
- Juwariyah, N., & Rosyati, R. (2021). Pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih yang dimediasi oleh volume penjualan (studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk periode tahun 2015–2020). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). Prinsip-prinsip pemasaran. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Kustiawan, M. (2005). Upaya intensifikasi dan ekstensifikasi Pendapatan Asli Daerah melalui peningkatan kualitas aparatur pemerintahan daerah. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 2(1), 34–50.
- Marpaung, A. M., Srihadi, C., & ... (2022). Dampak pandemi Covid-19 terhadap kegiatan usaha sektor pariwisata dan angkatan kerja di kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*.
- Marpaung, C. (2021). Strategi Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pengembangan objek wisata masa pandemi Covid-19. *eprints.ipdn.ac.id*. <http://eprints.ipdn.ac.id/6159/>
- Muslim, M. T. (2020). Pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas*.
- Nazir, M. (2013). Metode penelitian (8th ed.). Ghalia Indonesia.
- Nomleni, A. B., Sakunab, M. M., Moda, F., & ... (2023). Pengaruh harga, promosi, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Tiket.com. *ORGANIZE: Journal*.

- Nucifera, W. F., Muryati, M., & Mas, N. (2022). Peran teknologi E-Retribusi QRIS sebagai moderasi atas pengaruh kompensasi dan kemampuan kerja terhadap kinerja pegawai Disperindag Kota Pasuruan. *Jurnal Pendidikan Dasar*.
- Nurahmita. (2023). Pengaruh biaya promosi, tarif kamar dan jumlah hunian kamar terhadap pendapatan Wisma Kuta Karang Baru Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomika Indonesia*, 12(2), 38–50.
- Nurdiana. (2023). Peningkatan intensi loyalitas wisatawan melalui pengalaman berwisata Ciletuh-Palabuhanratu UNESCO Global Geopark. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i1.5076>
- Pajak Daerah, R. D. (2022). Analisis pajak daerah dan retribusi daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Brebes. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3).
- Peraturan Pemerintah RI. (1990). Undang-Undang No.9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata. *Journal*, 9(1), 1–9.
- Purba, R. R. (2021). Pengaruh sertifikasi bendahara terhadap peningkatan pengelolaan keuangan negara. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/753>
- Ramadhan, M., Kustiawan, M., & Fitriana. (2022). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, pengelolaan belanja daerah, dan kemandirian keuangan daerah terhadap kinerja keuangan daerah. *Journal*, 2(6).
- RI, P. P. (2009). Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. *Journal*, 2(5), 255.
- RI. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.
- Sari, V. F. S. (2020). Pengaruh harga tiket dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 723–729.
- Setiawan, H. (2020). Pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan penjualan PT. Djarum Tbk. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*.
- Sri Fitri Handayani. (2020). Pengaruh harga jual dan biaya promosi terhadap pendapatan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 1(2), 133–142.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. CV Alfabeta.
- Sundari, W. S., Harini, D., & Riono, S. B. (2022). Analisis promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Alfamart Songgom. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Kewirausahaan (JIMAK)*, 1(2), 20.
- Sutisna, I., & Heri, W. (2022). Pengaruh harga tiket masuk terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 14(1), 46–55.

- Suwandani, A. (2018). Pengaruh kepercayaan, iklan, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian rumah subsidi di Griya Kencana Garut. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*.
- Yuliani, S. (2022). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Brebes. Skripsi Universitas.