



Fasilitas, Lokasi Dan Daya Tarik Wisata Pada Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Pantai Carocok Painan

Ria Murdani

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”

Email: riamurdaniyha@gmail.com

Lidya Martha

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”

Email: liyamartha@akbpstie.ac.id

Korespondensi penulis: riamurdaniyha@gmail.com

Abstract. *This study aims to examine the facilities, locations, and tourist attractions on the intention to return to the tourist object of Carocok Painan Beach. This research is a quantitative study, the sampling method uses incidental sampling techniques with a total of 100 respondents. The data analysis technique used is validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroskeasticity, multiple regression analysis and t test. The results showed that facilities had a negative and not significant effect on intention to return, location had a positive and significant effect on intention to return, and tourist attraction had a positive and significant effect on intention to return.*

Keywords: *facilities, location, tourist attraction, intention to return*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji fasilitas, lokasi, dan daya tarik wisata pada minat berkunjung kembali ke objek Wisata Pantai Carocok Painan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, metode pengambilan sampel menggunakan teknik sampling insidental dengan jumlah responden 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, heteroskeastisitas, analisis regresi berganda dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali

Kata kunci : fasilitas, lokasi, daya tarik wisata, minat berkunjung kembali

PENDAHULUAN

Minat wisatawan buat berkunjung ke suatu destinasi atau objek wisata tentunya didasari oleh beberapa alasan dimana kunjungan tersebut dapat memberikan nilai manfaat yang akan berdampak untuk kepuasan wisatawan tersebut, minat berkunjung kembali menunjukkan keinginan seseorang buat melakukan kunjungan ulang pada waktu yang akan datang. Ardiansyah & Ratnawili (2021) mengatakan saat seseorang ingin berlibur mereka akan melakukan liburan yang sama dimasa yang akan datang, hal tersebut menunjukkan bahwa mengingat pengalaman ialah hal yang bisa memprediksi hal tersebut dan membuat seseorang melakukan liburan yang sama tanpa mencari destinasi atau objek wisata lainnya buat berlibur karena jika sudah merasakan pengalaman yang menyenangkan seseorang akan tertarik terhadap objek wisata tersebut, yang mana dipandang dari pengalaman sebelumnya akan ada keinginan yang sama dimasa yang akan datang seperti timbul minat buat berkunjung kembali ke tempat desinasi yang sama. Wisatawan yang melakukan kunjungan pertama namun merasa tidak puas akan mengakibatkan *customer exit* dan dalam jangka panjang akan menjadi sesuatu yang sangat berpengaruh serta bisa menurunkan jumlah kunjungan wisatawan ke tempat objek wisata.

Dinas Pariwisata Pesisir Selatan terus berupaya meningkatkan minat dan jumlah kunjungan ke objek wisata Pantai Carocok Painan serta menjadikannya sebagai destinasi unggulan wisatawan di Pesisir Selatan. Dinas Pariwisata dapat memahami bahwa untuk meningkatkan minat berkunjung sangat sulit hal ini dikarenakan preferensi setiap wisatawan buat berkunjung serta berlibur tentunya berbeda-beda. Salah satu alasan wisatawan ingin berkunjung ke objek wisata Pantai Carocok Painan yaitu pantainya yang sangat indah, airnya yang jernih, serta banyaknya wahana permainan air seperti *banana boat*, *donat boat*, *jetsky* dan wahana permainan anak dengan harga yang terjangkau mulai dari harga Rp.20.000. Saat memasuki bibir pantai wisatawan akan menemukan beraneka ragam souvenir, selain itu wisatawan juga bisa menikmati kuliner dan menikmati keindahan Pantai Carocok Painan menggunakan perahu layar buat sampai ke pulau Cingkuak sembari melihat keindahan Pantai Carocok.

Dari fenomena yang terjadi saat ini bahwa objek wisata pantai Carocok Painan mengalami penurunan. Dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 1
Jumlah Pengunjung Objek Wisata Pantai Carocok Painan
Tahun 2017-2021

No	Tahun	Pengunjung	
		M mancanegara	Domestik
1	2017	720	312.873
2	2018	1.030	481.754
3	2019	422	218.468
4	2020	71	94.470
5	2021	89	82.742
6	Jumlah	2.008	1.190.306

Sumber : Kantor Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kab. Pesisir Selatan

Berdasarkan pada tabel 1.1 tersebut bahwa pengunjung objek wisata Pantai Carocok Painan mengalami penurunan. Pada Tahun 2017 jumlah pengunjung Pantai Carocok sebanyak 312.873 wisatawan domestik dan 720 wisatawan mancanegara, pada Tahun 2018 mengalami peningkatan pengunjung baik domestik yaitu 481.754 pengunjung maupun mancanegara yaitu 1.030 pengunjung, namun pada Tahun 2019 mengalami penurunan pengunjung yaitu 218.468 wisatawan domestik maupun mancanegara yaitu 422 wisatawan. Selanjutnya pada Tahun 2020 & 2021 terus mengalami penurunan yang sangat drastis.

KAJIAN TEORIS

Pengertian minat berkunjung kembali diambil dari pengertian minat beli ulang suatu produk, sehingga dalam beberapa kategori minat berkunjung dapat diaplikasikan terhadap minat beli (Fajrin et al., 2021). Minat beli merupakan sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Piyanti et al, 2017). Nuraeni (2014) mendefinisikan bahwa minat berkunjung kembali adalah dorongan seseorang untuk melakukan kunjungan ulang ketempat yang sebelumnya pernah didatangi serta keinginan untuk melakukan kunjungan dimasa depan dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap kunjungan masa lampau. Minat berkunjung kembali artinya suatu tindakan berupa perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menghasilkan keinginan pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang pada jangka waktu tertentu (Putri et al., 2017). Minat berkunjung kembali adalah kesediaan wisatawan buat mengunjungi kembali tempat wisata yang sama (Huang et al., 2015). Dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung kembali ialah keinginan serta kesediaan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali ke destinasi yang sama buat kedua kalinya pada jangka waktu tertentu sebagai respon langsung dari perilaku paska berkunjung.

Fasilitas adalah suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu objek wisata untuk mendukung kegiatan-kegiatan wisatawan yang berkunjung disuatu objek wisata. Apabila suatu objek wisata mempunyai fasilitas yang memadai serta dapat memuaskan pengunjung maka bisa menarik wisatawan lebih banyak lagi melalui kesan-kesan baik dari pengunjung sebelumnya (Fajrin et al., 2021). Fasilitas merupakan salah satu sarana yang dapat mendukung kesuksesan dalam sebuah usaha. Fasilitas sangat berpengaruh dalam prioritas wisatawan yang akan melakukan suatu kunjungan (Tanjung et al., 2022).

Kurniawan et al (2022) menyimpulkan bahwa Daya Tarik, Fasilitas dan Kualistas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Mojosekmi Forest Park Kabupaten Magetan. Penelitian ini juga sudah dilakukan oleh Naftarisandy (2019) menyimpulkan bahwa Fasilitas Wisata, Citra Destinasi serta Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Wisata Kawah Wurung Bondowoso. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Sugianto & Marpaung (2020) mengatakan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Pamandian Air Panas Sumber pada Kabupaten Batu Bara.

H₁: Diduga fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Carocok Painan.

Rahayu (2018) mendefinisikan bahwa lokasi adalah struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membuat kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya serta aktivitas dalam menyediakan saluran pelayanan yang diperlukan oleh konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau tentu memiliki nilai tambah tersendiri bagi wisatawan sehingga timbul keinginan untuk mengunjunginya kembali. Jika objek wisata memiliki lokasi dan akses yang mudah dijangkau maka hal tersebut juga akan menjadi pertimbangan yang baik bagi para wisatawan yang ingin mengunjungi objek wisata. Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bemarkas melakukan operasi menyatakan bahwa memiliki lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting (Handri & Fernos, 2019)

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Mardikaningsih & Darmawan (2021) yang menyimpulkan bahwa Gaya Hidup, Lokasi dan Kelompok Acuan berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjung Kembali pada Tunjungan Plaza Surabaya. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Fajrin et al (2021) menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Objek Wisata Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. Penelitian ini juga sudah pernah dilakukan oleh Bachtiar & Wibowo (2016) menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul.

H₂: Diduga lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Carocok Painan.

Daya tarik wisata ialah salah satu unsur yang harus dimiliki oleh suatu objek wisata supaya bisa dikatakan layak untuk dikunjungi. Sugianto & Marpaung (2020) mengatakan bahwa daya tarik wisata adalah suatu bentukan atau kegiatan dan fasilitas yang berhubungan dan dapat menarik minat wisatawan untuk datang dan berkunjung ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik wisata ialah sesuatu yang menarik buat dilihat serta dinikmati sehingga dapat mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali pada objek wisata yang sama (Saputro et al., 2020).

Daya tarik wisata ialah motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata di suatu objek wisata. Semakin mengagumkan daya tarik suatu objek wisata maka akan semakin tinggi pula minat berkunjung kembali wisatawan.

Sebelumnya penelitian ini sudah pernah dilakukan oleh Puspita & Syamsul (2022) bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Penelitian ini juga sudah pernah dilakukan oleh Saputro et al (2020) bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Sopyan (2015) menyimpulkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu.

H₃: Diduga daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Carocok Painan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipergunakan untuk penelitian ini ialah metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data tersebut menggunakan instrument penelitian, analisis data yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Objek penelitian ialah lokasi dimana peneliti mendapatkan sejumlah data yang dibutuhkan, sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu memilih objek yang akan diteliti. Objek dari penelitian ini ialah wisata Pantai Carocok Painan yang beralamat di sebelah Barat Kota Painan, Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatra Barat, Indonesia.

Populasi ialah keseluruhan wilayah yang digeneralisasikan termasuk objek, subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang sudah ditentukan buat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini yaitu wisatawan domestik yang pernah berkunjung pada objek wisata Pantai Carocok Painan dari tahun 2017-2021 sebanyak 1.190.306 orang. Untuk Menentukan sampel peneliti menggunakan teknik *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017) teknik *non probability sampling* ialah teknik pengambilan sampel dimana tidak seluruh populasi pada posisi yang sama-sama mempunyai peluang buat dipilih menjadi sampel. Untuk mengukur besaran sampel yang akan diteliti peneliti menggunakan rumus slovin. Dimana rumus ini mampu mengukur besaran sampel yang akan diteliti. Besaran sampel yang akan diteliti sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot e^2 + 1}$$

n = jumlah sampel
N = jumlah populasi
e = nilai kritis

Dari rumus diatas didapat angka sebagai berikut :

$$n = \frac{1.190.306}{1.190.306 \cdot (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{1.190.306}{1.190.306 \cdot 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{1.190.306}{11.903,06 + 1}$$

$$n = \frac{1.190.306}{11.904,06}$$

$$n = 99,99$$

Maka sesuai rumusan tersebut didapatkan jumlah sampel yang digunakan setelah dibulatkan yaitu sebanyak 100 responden yang pernah berkunjung pada Objek Wisata Pantai Carocok Painan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka maupun yang dapat diangkakan (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini, data yang diolah oleh peneliti berupa data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data diperoleh langsung dari sumber data yang diteliti (Sugiyono, 2017). Adapun sumber data yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah jawaban kuesioner pengunjung objek wisata Pantai Carocok Painan. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti, melainkan diperoleh dari pihak lain atau lewat dokumen yang ada (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh melalui artikel-artikel maupun buku yang terkait dengan penelitian ini. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan yang dibutuhkan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini, penulis memberikan kuesioner kepada responden untuk dijawab. Dari jawaban kuesioner tersebut, maka peneliti dapat langsung memperoleh jawaban dari pertanyaan yang diajukan

Uji validitas adalah derajat ketetapan data sesungguhnya yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Adapun indikator yang mengukur validitas ini yaitu *Corrected Item Total Correction* (CITC) dengan standar 0,300. Artinya jika *Corrected Item Total Correction* (CITC) besar dari 0,3 maka pernyataan yang diajukan valid. Uji reliabilitas adalah yang berhubungan dengan derajat konsistensi, stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif suatu data yang dikatakan reliabel, apabila dua atau lebih peneliti sama menghasilkan data yang sama atau objek peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,700$. Uji deskriptif menurut sugiyono (2017) yaitu pelaksanaan yang menggunakan variabel mandiri tanpa mengaitkannya dengan variabel lain. Penggunaan pengujian ini dengan memanfaatkan tabel skala *likert* sebagai pedoman.

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah sebaran data suatu variabel terdistribusi normal atau tidak. Adapun indikator yang mengukur dalam uji normalitas yaitu *One Sampel Kormogorof Smirnov Test* dengan standar Alpha 0,05. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal. Namun Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal. Uji multikolinearitas adalah pengujian yang dilakuakn untuk melihat bagaimana korelasi antar variabel. Adapun indikator yang mengukur dalam uji multikolinearitas yaitu *variance inflution factor* (VIF) dan tolerance dengan standar untuk VIF < 10 dan tolerance $> 0,1$. Bisa ditarik kesimpulan VIF kecil dari 10 dan tolerance besar dari 0,1 maka penelitian terbebas dari gejala multikolinearitas, sebaliknya jika VIF besar dari 10 dan tolerance kecil dari 0,1 maka penelitian tersebut tidak terbebas dari gejala multikolinearitas. Sedangkan uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terdapat perbedaan varians-variens residual dari satu pengamatan pada pengamatan yang lain (Sugiyono, 2017). Uji glejser adalah uji yang digunakan dalam pengujian heteroskedastisitas ini denga standar 0,05. Disimpulkan bahwa suatu data dikatakan terindikasi gejala heteroskedastisitas jika memiliki nilai signifikansi $<$

0,05 dan data dikatakan tidak terdapat heteroskedastisitas, jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$, yang mana tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis regresi berganda ini dilakukan apabila jumlah variabel bebasnya minimal dua (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Fasilitas (X1), Lokasi (X2) dan Daya Tarik Wisata (X3) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) pada objek wisata Pantai Carocok Painan.

Rumusnya yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Minat Berkunjung Kembali

X₁ = Fasilitas

X₂ = Lokasi

X₃ = Daya Tarik Wisata

a = Konstanta

b₁ = Koefisien Regresi fasilitas

b₂ = Koefisien Regresi lokasi

b₃ = Koefisien regresi Daya Tarik Wisata

Uji hipotesis bertujuan agar peneliti mengetahui sementara apakah variabel bebas memiliki pengaruh parsial terhadap variabel terikat. Uji t menggunakan standar signifikan level sebesar 0,5 supaya peneliti memahami apakah dampak dari variabel X terhadap variabel Y untuk mengetahui apakah pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Berikut adalah kriteria dalam menentukan apakah diterima atau ditolaknya hipotesis. Apabila standar $> 0,5$ maka hipotesis ditolak karena variabel X secara parsial tidak mempengaruhi variabel Y. Apabila standar $< 0,5$ maka hipotesis diterima karena variabel X secara parsial mempengaruhi variabel Y.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Minat Berkunjung Kembali

Hasil uji validitas untuk variabel keputusan berkunjung (Y) disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2
Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung Kembali (Y)

Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
Saya akan berkunjung kembali ke Pantai Carocok Painan dilain waktu.	0.441	0.300	Valid
Saya memilih untuk kembali ke Pantai Carocok Painan karena pantainya indah	0.593	0.300	Valid
Pantai Carocok Painan lebih indah dibandingkan dengan pantai lainnya di Pesisir Selatan	0.610	0.300	Valid
Pantai Carocok Painan layak dijadikan tempat favorit untuk berlibur	0.417	0.300	Valid
Informasi Pantai Carocok Painan mudah diakses melalui internet	0.656	0.300	Valid
Saya mencari informasi pantai carocok painan terlebih dahulu melalui teman yang sudah pernah berkunjung	0.549	0.300	Valid

Sumber: Data SPSS (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan tabel 2 hasil uji validitas menunjukkan bahwa untuk variabel minat berkunjung kembali (Y) diperoleh hasil dari 6 pernyataan dinyatakan valid, karena *Corrected Item Correction* lebih besar dari 0,300. Dengan demikian item pernyataan dalam variabel minat berkunjung kembali layak dipergunakan sebagai instrumen penelitian.

Fasilitas

Hasil uji validitas untuk variabel fasilitas (X1) disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3
Uji Validitas Variabel Fasilitas (X1)

Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
Kebersihan Pantai Carocok Painan terjaga dengan baik	0.471	0.300	Valid
Fasilitas seperti parkir, toilet, masjid selalu dalam keadaan bersih dan tertata rapi	0.625	0.300	Valid
Fasilitas dipantai Carocok Painan cukup lengkap dan nyaman digunakan	0.674	0.300	Valid
Pantai Carocok Painan menyediakan wahana permainan yang beragam	0.783	0.300	Valid
Fasilitas yang tersedia sesuai dengan kebutuhan pengunjung	0.721	0.300	Valid
Terdapat pos penjaga pantai yang siap siaga menjaga keamanan pengunjung	0.546	0.300	Valid
Tersedianya perahu untuk akses pengunjung ke Pulau Cingkuak	0.471	0.300	Valid
Terdapat tempat ibadah yang nyaman untuk pengunjung	0.678	0.300	Valid

Sumber: Data SPSS (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan tabel 3 hasil uji validitas menunjukkan bahwa untuk variabel fasilitas (X1) diperoleh hasil dari 8 pernyataan dinyatakan valid, karena *Corrected Item Correction* lebih besar dari 0,300. Dengan demikian item pernyataan dalam variabel fasilitas layak dipergunakan sebagai instrumen penelitian.

Lokasi

Hasil uji validitas untuk variabel Lokasi (X2) disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4
Uji Validitas Variabel Lokasi

Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
Lokasi menuju Pantai Carocok Painan sangat mudah dijangkau	0.716	0.300	Valid
Tersedianya angkutan umum ke Pantai Carocok Painan	0.556	0.300	Valid
Banyak orang yang berlalu lalang ketika melewati Pantai Carocok Painan	0.623	0.300	Valid
Lalu lintas di Sekitar Pantai Carocok Painan sangat ramai karna dekat dari pusat kota Painan	0.819	0.300	Valid
Pantai Carocok Painan dapat dilihat dengan jelas dari kejauhan	0.743	0.300	Valid
Pantai Carocok Painan dapat ditemukan dengan mudah	0.563	0.300	Valid
Pantai Carocok Painan menyediakan lahan parkir yang luas	0.493	0.300	Valid
Tempat parkir Pantai Carocok Painan sangat aman	0.607	0.300	Valid
Pantai Carocok Painan berada didekat keramaian	0,697	0.300	Valid
Lingkungan disekitar Pantai Carocok Painan sangat aman	0,529	0.300	Valid

Sumber: Data SPSS (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan tabel 4 hasil uji validitas menunjukkan bahwa untuk variabel Lokasi (X2) diperoleh hasil dari 10 pernyataan dinyatakan valid, kerana *Corrected Item Correction* lebih besar dari 0,300. Dengan demikian item pernyataan dalam varibel lokasi layak dipergunakan sebagai instrumen penelitian.

Daya Tarik Wisata

Hasil uji validitas untuk variabel daya tarik wisata (X3) disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 5
Uji Validitas Variabel Daya Tarik Wisata

Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
Tersedianya berbagai event-event dipantai carocok painan yang menghibur	0.571	0,300	Valid
Pertunjukan yang disediakan Pantai Carocok Painan sangat menarik	0.726	0,300	Valid
Jalan menuju Pantai Carocok Painan mudah dilalui	0.828	0,300	Valid
Jarak Pantai Carocok Painan ke pusat kota painan tidak jauh	0.738	0,300	Valid
Fasilitas yang disediakan nyaman dan bersih	0.756	0,300	Valid
Harga makanan yang terjangkau pada warung atau resto pada area tempat wisata Pantai Carocok Painan	0.698	0,300	Valid

Sumber: Data SPSS (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan tabel 5 hasil uji validitas menunjukkan bahwa untuk variabel Daya Tarik Wisata (X3) diperoleh hasil dari 6 pernyataan dinyatakan valid, karena *Corrected Item Correction* lebih besar dari 0,300. Dengan demikian item pernyataan dalam variabel daya tarik wisata layak dipergunakan sebagai instrumen penelitian.

Setelah melakukan uji validitas kemudian dilanjutkan dengan uji reliabilitas. Hasil olahan data tersebut dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0.790	0.700	Reliabel
Fasilitas(X1)	0.868	0.700	Reliabel
Lokasi(X2)	0.894	0.700	Reliabel
Daya Tarik Wisata (X3)	0.895	0.700	Reliabel

Sumber: Data SPSS (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat dari hasil pengolahan data bahwa ternyata nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel minat berkunjung kembali, fasilitas, lokasi dan daya tarik wisata > 0,700. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban-jawaban yang diberikan responden sudah reliabel sehingga tahapan pengolahan data selanjutnya dapat dilakukan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dari pengujian normalitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Alpha	Ket.
0.949	0.05	Terdistribusi Normal

Sumber: Data SPSS (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan pada tabel 7 dapat dilihat hasil pengujian yang menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal, karena *Asymp. Sig* 0,949 yang artinya lebih besar dari Alpha (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal. Dengan demikian tahapan pengolahan data selanjutnya dapat dilakukan.

Uji Multikolinearitas

Dari pengujian multikolinearitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Ket.
	Tolerance	VIF	
Fasilitas(X1)	0.938	1.066	Tidak ada multikolinearitas
Lokasi(X2)	0.950	1.053	Tidak ada multikolinearitas
Daya Tarik Wisata (X3)	0.966	1.035	Tidak ada multikolinearitas

Sumber: Data SPSS (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan pada uji multikolinearitas di atas diketahui bahwa nilai tolerance variabel fasilitas, lokasi dan daya tarik wisata lebih besar dari 0,1 (*Tolerance* > 0,10) dan pada nilai VIF dapat diketahui bahwa nilai VIF disini lebih kecil yaitu 10 (*VIF* < 10). Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen tidak terdapat indikasi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Berikut ini adalah hasil pengujian heterokedastisitas

Tabel 9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Alpha	Ket.
Fasilitas (X1)	0.223	0.05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
lokasi (X2)	0.438	0.05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Daya tarik Wisata (X3)	0.371	0.05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data SPSS (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui SPSS dapat dilihat bahwa nilai sig. setiap variabel independen di atas adalah lebih besar dari nilai Alpha (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan perhitungan regresi linear berganda antara fasilitas (X1), lokasi (X2), daya tarik wisata (X3) dan minat berkunjung kembali (Y) yang mana dalam perhitungannya dibantu dengan program SPSS sehingga diperoleh hasil sebagai berikut dalam tabel di bawah ini

Tabel 10
Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Dependen	Konstanta dan Variabel Independen	Koefesien Regresi
Minat berkunjung kembali (Y)	Konstanta (A)	14,540
	Fasilitas(X1)	-0,002
	Lokasi(X2)	0,102
	Daya Tarik Wisata (X3)	0,279

Sumber: Data SPSS (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan pada tabel 4.15 dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai beriku

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y = 14,540 - 0,002 X_1 + 0,102 X_2 + 0,279 X_3$$

Dimana artinya, persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

Nilai konstanta adalah = 14.540 Artinya jika pada variabel fasilitas (X1), lokasi (X2) dan daya tarik wisata (X3) diasumsikan sebesar nol maka minat berkunjung kembali (Y) akan konstan sebesar 14.540 satuan. Nilai X1 = -0.002 artinya koefesien regresi fasilitas menunjukkan arah negatif. Hal ini berarti jika fasilitas meningkat satu satuan maka minat berkunjung kembali (Y) akan menurun sebesar -0.002 satuan. Nilai X2 = 0.102 artinya koefesien regresi lokasi menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika lokasi meningkat sebesar satu satuan maka minat berkunjung kembali juga akan meningkat sebesar 0.102 satuan. Nilai X3 = 0.279 artinya koefesien regresi daya tarik wisata menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika daya tarik wisata meningkat sebesar satu satuan maka minat berkunjung kembali juga akan meningkat sebesar 0.279 satuan.

Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh fasilitas, lokasi dan daya tarik terhadap minat berkunjung kembali, maka dilakukan hipotesis melalui uji t dengan menggunakan tingkat signifikan <0,05 maka penelitian diterima dengan hasil pada tabel sebagai berikut:

Tabel 11
Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel Independen	T-tabel	T-hitung	Sig.	Kesimpulan
Fasilitas (X1)	1.984	-0.029	0.977	H ₁ ditolak
Lokasi (X2)	1.984	2.219	0.029	H ₂ diterima
Daya Trika Wisata (X3)	1.984	2.975	0.004	H ₃ diterima

Sumber: Data SPSS (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.16 dapat dijelaskan sebagai berikut: Pengaruh variabel fasilitas terhadap minat berkunjung kembali (H₁) Variabel fasilitas berpengaruh negatif terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Carocok Painan dengan nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($-0.029 < 1.984$) dan nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha ($0.977 > 0,05$). Maka dalam hal ini dinyatakan H₁ **ditolak**. Pengaruh variabel lokasi terhadap minat berkunjung kembali (H₂) Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Carocok Painan dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2.219 > 1.984$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.029 < 0,05$). Maka dalam hal ini dinyatakan H₂ **diterima**. Pengaruh variabel daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali (H₃) Variabel daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Carocok Painan dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2.975 > 1.984$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0.004 < 0,05$). Maka dalam hal ini dinyatakan H₃ **diterima**.

Pembahasan

Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, ditemukan bahwa variabel fasilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek Wisata Pantai Carocok Painan. Dimana nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha. Maka, dalam penelitian ini hipotesis pertama (H1) ditolak.

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana penunjang wisatawan ketika berkunjung ke suatu objek wisata dan memudahkan wisatawan dalam melakukan kegiatannya, karena jika fasilitas yang disediakan pengelola objek wisata lengkap dan memadai serta nyaman digunakan maka ada rasa puas tersendiri bagi wisatawan ketika berkunjung ke objek wisata tersebut.

Fasilitas wisata yang disediakan oleh pengelola objek wisata pantai Carocok Painan tidak mempengaruhi minat untuk berkunjung kembali wisatawan. Karena ketika berkunjung wisatawan tidak terlalu memperhatikan fasilitasnya lengkap, bagus dan mudah digunakan atau tidak, artinya adalah minat berkunjung kembali wisatawan bukan karena fasilitas yang ada pada objek wisata Pantai Carocok Painan sudah memenuhi, namun minat wisatawan berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Carocok Painan karena adanya pengaruh kepentingan masing-masing pengunjung itu sendiri seperti ingin melihat daya tarik objek wisata tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewi (2022) bahwa fasilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Silancur Highland Kaliangkrik Magelang.

Selanjutnya penelitian Naftarisandy (2019) bahwa fasilitas berpengaruh negatif terhadap minat berkunjung kembali Konsumen Di Wisata Kawah Wurung Bondowoso. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Kurniawan et al (2022) yang menyimpulkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Mojosekmi Forest Park Kabupaten Magetan.

Pengaruh Lokasi Pada Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, ditemukan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata pantai Carocok Painan Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α . Maka, dalam penelitian ini hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini diterima.

Lokasi menjadi hal yang penting sebelum wisatawan melakukan kunjungan karena sebelum berkunjung wisatawan akan mempertimbangkan lokasi, apabila lokasi mudah dijangkau dan dekat tempat keramaian maka wisatawan tentunya dapat meningkatkan minat untuk berkunjung kembali.

Lokasi objek wisata pantai Carocok Painan mudah dijangkau dan dekat dengan pusat kota Painan sehingga tidak jarang wisatawan dari berbagai daerah pergi menghabiskan waktu liburnya mengunjungi pantai Carocok Painan, jalan menuju pantai Carocok Painan juga mudah dilalui kendaraan pribadi dan kendaraan umum lainnya sehingga banyak wisatawan yang berdatangan dan akibatnya bisa meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjunginya kembali.

Penelitian Mardikaningsih & Darmawan (2021) yang menyimpulkan bahwa Gaya Hidup, Lokasi dan Kelompok Acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjung Kembali pada Tunjungan Plaza Surabaya.

Selanjutnya Fajrin et al (2021) menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Objek Wisata Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Bachtiar & Wibowo (2016) menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul.

Pengaruh Daya Tarik Wisata Pada Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga ditemukan bahwa variabel daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Carocok Painan Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α . Maka, dalam penelitian ini hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini diterima.

Daya tarik merupakan faktor utama bagi wisatawan yang ingin melakukan kunjungan wisata, dengan adanya daya tarik yang baik yang disuguhkan kepada wisatawan menghasilkan minat berkunjung kembali yang semakin baik pula artinya semakin bagus daya tarik wisata suatu objek wisata maka akan meningkat pula keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

Carocok Painan memiliki daya tarik yang cukup beragam dimulai dari dibangunnya Masjid Samudra Ilahi atau disebut juga Mesjid Terapung karena letaknya yang mengapung di tepi pantai Carocok Painan hingga Pulau Cingkuak yang indah dan dipulau tersebut wisatawan bisa melihat peninggalan bersejarah berupa puing benteng Portugis dan masih banyak lagi daya tarik lainnya yang membuat wisatawan berminat datang mengunjunginya kembali sehingga bisa meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata pantai Carocok Painan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sopyan (2015) menyimpulkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu. Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Puspita & Syamsul (2022) bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan Batubara & Putri (2022) mengatakan daya tarik wisata memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak, daya tarik wisata memberikan pengaruh sebesar 44,9 %.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian fasilitas, lokasi dan daya tarik wisata pada minat berkunjung kembali ke objek wisata Pantai Carocok Painan, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut: Fasilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Carocok Painan. Dimana nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari nilai α . Maka, dalam penelitian ini hipotesis pertama (H_1) ditolak. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Carocok Painan. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α . Maka, dalam penelitian ini hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian ini diterima. Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Carocok Painan. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α . Maka, dalam penelitian ini hipotesis ketiga (H_3) dalam penelitian ini diterima.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan selesainya penulisan artikel ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Kepada kedua orang tua dan keluarga, bapak Febriandhie, SE.M.Si selaku ketua STIE “KBP” Padang, ibu Lidya Martha, SE.MM selaku wakil ketua STIE “KBP” Padang sekaligus pembimbing skripsi penulis serta ibu Febsri Susanti SEI,MM selaku ketua program studi manajemen

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Y., & Ratnawili. (2021). Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah. *jurnal Manajemen Modal Imsani Dan Bisnis* 129–137.
- Bachtiar, M. L., & Arif Wibowo, M. (2016). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul (Studi pada mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5(1), 40–49.
- Batubara, R. P., & Putri, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 94–101.
- Dewi, Indriyani Meiyatul. Pengaruh Kesadaran Merek, Sosial Media Marketing Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Citra Destinasi Sebagai Variabel Intervening (Studi pada pengunjung wisata Silancur Highland Kaliangkrik Magelang). Diss. Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2022.
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekono Kiat* 32(1), 40–47.
- HANDRI, Muhammad Husni, & Fernos, Jhon. Pengaruh Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mini Market Xmart Ulak Karang Padang. 2019.
- Huang, H., Lunhua Mao, L., Wang, J., & Zhang, J. J. (2015). Assessing the relationships between image congruence, tourist satisfaction and intention to revisit in marathon tourism: the Shanghai International Marathon. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 16(4), 46–66. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-16-04-2015-B005>
- Kurniawan, Akbar eko, Purwanto, H., & Asmike, M. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Mojo Sekmi Forest Park Kabupaten Magetan. *Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4, September 2022.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Lokasi, dan Kelompok Acuan Terhadap Minat Kunjung Kembali Tujuan Plaza Surabaya. *Jurnal Of Trends Economics And Accounting Research* 2(2), 43–48.
- Naftarisandy, A. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata, Dan Citra Destinasi, Serta Media Sosial Melalui Kepuasan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Konsumen Di Wisata Kawah Wurung Bondowoso. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 3, Issue 1).

- Nuraeni, B. S. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 1–20. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/viewFile/14113/10711>
- Puspita Sari, U., & Syamsul, B. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen* 8(3), 204–210.
- Putri, K. A., Ridho, S. L. Z., & Setiawan, H. (2017). Pengaruh Physical Evidence Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Ke Museum Negeri Sumatera Selatan. 1–12. <http://eprints.polsri.ac.id/6004/8/PDF/JURNAL.pdf>
- Priyanti, Y., Susanti, F., & Aziz, N. (2017). Minat Beli Konsumen Toko Sepatu Bata Dipasar Raya Padang Dilihat Dari Sikap Dan Iklan. *Jurnal Pundi*, 1(2).
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(February), 7–12.
- Saputro, W. E., Sukimin, & Indriastuty, N. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(2020), 56–73.
- Sopyan. (2015). Analisa Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu). *Universitas Diponegoro Semarang*, 1(1), 62.
- Sugianto, & Marpaung, H. (2020). Pengaruh Word Of Mouth (Wom), Daya Tarik Wisata , Dan Fasilitas Terhadap Minat Pemandian Air Panas Sumber Padi Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Bisnis*, 2(1), 101-116.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. ALFABETA.
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatria, E. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawagede. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2).