

Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Dan Amenitas Terhadap Minat Berkunjung Pada Pantai Sanggar Kalianda Lampung Selatan

Helsy Erlinda¹, Tamam²

Program Studi Manajemen Fakultas Teknologi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Kalianda

Abstrak

Sektor pariwisata di Indonesia memiliki kontribusi besar terhadap peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Pantai Sanggar di Lampung Selatan merupakan salah satu destinasi wisata dengan potensi besar, didukung oleh keindahan alam, aksesibilitas yang mudah, dan berbagai fasilitas pendukung. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh atraksi, aksesibilitas, dan amenitas terhadap minat berkunjung kembali ke Pantai Sanggar, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Populasi penelitian adalah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Sanggar, dengan sampel sebanyak 112 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Atraksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, dengan nilai $t_{hitung} = 2,811 > t_{tabel} = 1,65882$. Aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, dengan nilai $t_{hitung} = 3,380 > t_{tabel} = 1,65882$. Amenitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, dengan nilai $t_{hitung} = 3,063 > t_{tabel} = 1,65882$. Secara simultan, ketiga variabel (Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali, dengan nilai $F_{hitung} = 22,252 > F_{tabel} = 2,69$. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas memiliki dampak signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Pantai Sanggar Kalianda Lampung Selatan, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini memberikan wawasan bagi pengelola destinasi wisata untuk meningkatkan Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas demi mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung.

Kata Kunci : Minat berkunjung kembali, Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas.

Abstract

The tourism sector in Indonesia significantly contributes to economic growth and community welfare. Sanggar Beach in South Lampung is one of the tourist destinations with great potential, supported by natural beauty, easy accessibility, and various supporting facilities. This study aims to analyze the influence of attractions, accessibility, and amenities on the intention to revisit Sanggar Beach, both partially and simultaneously. The research employs a quantitative method using a questionnaire as the

research instrument. The study population consists of tourists visiting Sanggar Beach, with a sample size of 112 respondents. The results indicate that attractions have a positive and significant influence on the intention to revisit, with a t-value of 2.811 > t-table value of 1.65882. Accessibility also has a positive and significant influence on the intention to revisit, with a t-value of 3.380 > t-table value of 1.65882. Likewise, amenities have a positive and significant effect on the intention to revisit, with a t-value of 3.063 > t-table value of 1.65882. Simultaneously, all three variables (Attractions, Accessibility, and Amenities) significantly influence the intention to revisit, with an F-value of 22.252 > F-table value of 2.69. Based on these findings, it can be concluded that Attractions, Accessibility, and Amenities significantly impact tourists' intention to revisit Sanggar Beach in Kalianda, South Lampung, both partially and simultaneously. These findings provide insights for tourism destination managers to enhance Attractions, Accessibility, and Amenities to encourage tourists to return.

Keywords : *Intention to Revisit, Attractions, Accessibility, Amenities.*

Copyright (c) 2024 **Helsy Erlinda**¹

✉ Corresponding author : helsyerlinda@gmail.com

Email Address : helsyerlinda@gmail.com, tamamdjamil@gmail.com

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian Indonesia yang berkontribusi terhadap pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang No.10 Tahun 2009, sektor ini berperan dalam mendorong perkembangan wilayah yang memiliki potensi wisata. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan meningkatnya mobilitas masyarakat, sektor pariwisata terus mengalami pertumbuhan, ditandai dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke berbagai destinasi di Indonesia.

Namun, tidak semua destinasi wisata mampu mengoptimalkan potensinya. Masih banyak objek wisata yang belum memiliki kebijakan pengelolaan yang jelas, visi dan misi yang terarah, serta strategi pengembangan yang efektif. Akibatnya, daya saing wisatawan terhadap destinasi tersebut menjadi rendah, yang berdampak pada kurangnya kontribusi terhadap ekonomi lokal. Untuk itu, diperlukan upaya pengelolaan yang tepat agar suatu destinasi wisata dapat berkembang dan memberikan manfaat ekonomi serta sosial bagi masyarakat sekitar.

Salah satu destinasi wisata di Lampung Selatan yang memiliki potensi besar namun belum dikaji secara mendalam adalah Pantai Sanggar. Terletak di Kelurahan Way Urang, Kecamatan Kalianda, pantai ini memiliki luas sekitar 2 hektare dan menawarkan keindahan alam yang khas, seperti pasir putih, pemandangan Gunung Rajabasa, serta panorama matahari terbenam yang menarik minat wisatawan. Keunggulan lain dari Pantai Sanggar adalah lokasinya yang strategis di tengah Kota Kalianda, sehingga mudah diakses oleh kendaraan pribadi maupun transportasi umum. Selain itu, berbagai fasilitas pendukung seperti kafe, gazebo, mushola, toilet, area bermain, dan lahan parkir turut meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berkunjung.

Dalam studi pariwisata, faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan suatu destinasi dalam menarik dan mempertahankan wisatawan adalah atraksi, aksesibilitas, dan amenities. Atraksi wisata menjadi daya tarik utama yang mendorong wisatawan untuk berkunjung (Witt & Moutinho, 1994; Suwena & Widyatama, 2010). Aksesibilitas, yaitu kemudahan dalam mencapai lokasi wisata, berperan penting dalam menentukan minat wisatawan untuk kembali berkunjung (Khotimah & Astuti, 2022). Sementara itu, amenities

yang mencakup berbagai fasilitas pendukung akan meningkatkan pengalaman wisatawan dan kenyamanan selama berwisata (Yoeti, 2002 dalam Susianto et al., 2022). Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa Pantai Sanggar mulai menarik perhatian wisatawan sebagai tempat rekreasi dan bersantai bersama keluarga maupun teman. Namun, penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali ke pantai ini masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atraksi, aksesibilitas, dan amenitas terhadap minat wisatawan untuk kembali mengunjungi Pantai Sanggar Kalianda.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh (Sugiyono, 2018) dapat diartikan sebagai “metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi/sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi pada Penelitian ini, Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan kunjungan Pantai Sanggar Kalianda Lampung Selatan lebih dari satu kali.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Karena populasi yang besar, tidak memungkinkan untuk meneliti seluruhnya akibat keterbatasan waktu dan dana. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode penentuan sampel berdasarkan rumus Hair et al. (2013), yang menyarankan 5-10 kali jumlah indikator ketika populasi tidak diketahui. Dengan 16 indikator, rentang sampel yang disarankan adalah 80 hingga 160. Dalam penelitian ini, digunakan asumsi 7 kali jumlah indikator, sehingga diperoleh 112 responden.

Pengumpulan data yang dipilih dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang diberikan langsung pada Pengunjung Pantai Sanggar Kalianda. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup dimana kuisisioner sudah disediakan pilihan jawaban (dalam hal ini jawaban berupa: sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju) dan responden langsung dapat memilih jawaban yang tersedia.

Pengumpulan data yang dipilih dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang diberikan langsung pada Pengunjung Pantai Sanggar Kalianda. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup dimana kuisisioner sudah disediakan pilihan jawaban (dalam hal ini jawaban berupa: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju) dan responden langsung dapat memilih jawaban yang tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Validitas

Berikut ini adalah hasil analisis yang diberikan kepada 112 responden pada masing-masing item:

Tabel 1 : Hasil Uji Validitas Pernyataan Atraksi (X_1)

Item Pertanyaan		Nilai Koefisien Korelasi Product Moment (r_{hitung})	Nilai Koefisien Korelasi Product Moment (r_{tabel})	Keterangan
Atraksi (X_1)	Indikator X1.1	0,776	0.1857	Valid
	Indikator X1.2	0,787	0.1857	Valid
	Indikator X1.3	0,804	0.1857	Valid
	Indikator X1.4	0,758	0.1857	Valid

Sumber: SPSS 26

Tabel 2 : Hasil Uji Validitas Pernyataan Aksesibilitas (X_2)

Item Pertanyaan		Nilai Koefisien Korelasi Product Moment (r_{hitung})	Nilai Koefisien Korelasi Product Moment (r_{tabel})	Keterangan
Aksesibilitas (X_2)	Indikator X2.1	0,738	0.1857	Valid
	Indikator X2.2	0,847	0.1857	Valid
	Indikator X2.3	0,835	0.1857	Valid

Sumber: SPSS 26

Tabel 3 : Hasil Uji Validitas Pernyataan Amenitas (X_3)

Item Pertanyaan		Nilai Koefisien Korelasi Product Moment (r_{hitung})	Nilai Koefisien Korelasi Product Moment (r_{tabel})	Keterangan
Amenitas (X_3)	Indikator X3.1	0.765	0.1857	Valid
	Indikator X3.2	0.815	0.1857	Valid
	Indikator X3.3	0.780	0.1857	Valid
	Indikator X3.4	0.791	0.1857	Valid
	Indikator X3.5	0.744	0.1857	Valid

Sumber: SPSS 26

Tabel 4: Hasil Uji Validitas Pernyataan Minat berkunjung kembali (Y)

Item Pertanyaan		Nilai Koefisien Korelasi Product Moment (r_{hitung})	Nilai Koefisien Korelasi Product Moment (r_{tabel})	Keterangan
Minat berkunjung kembali (Y)	Indikator Y1.1	0,816	0.1857	Valid
	Indikator Y1.2	0,773	0.1857	Valid
	Indikator Y1.3	0,795	0.1857	Valid
	Indikator Y1.4	0,630	0.1857	Valid

Sumber: SPSS 26

Dari keempat tabel diatas menyatakan selutuh koefisien korelasi setiap indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pada penelitian ini > rtabel. Nilainya adalah 0.1857 untuk sampel yang berjumlah 112 orang. Nilai rhitung diperoleh dari keempat tabel, sehingga semua pedoman valid.

Uji Reliabilitas

Dalam opini Imam Ghozali, (2014), "Uji reliabilitas diterapkan untuk memeriksa tingkat keandalan instrumen estimasi yang akan diterapkan kembali untuk eksplorasi yang sama. Jika respons seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan konsisten atau stabil selama bertahun-tahun, kuesioner tersebut dikatakan dapat diandalkan". Tabel 5 memberikan ringkasan hasil uji reliabilitas untuk setiap variabel:

Tabel 5: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Kriteria Cronboach Alpha	Keterangan
----------	-------	--------------------------	------------

Atraksi	0,787	0,600	Reliabel
Aksesibilitas	0,733	0,600	Reliabel
Amenitas	0,790	0,600	Reliabel
Minat berkunjung kembali	0,729	0,600	Reliabel

Temuan uji reliabilitas menyatakan setiap faktor memiliki koefisien alfa di atas 0,600 sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep estimasi setiap variabel dari kuesioner tersebut dapat diandalkan, dan itu berarti bahwa kuesioner yang diterapkan pada penilaian ini adalah survei yang handal. Maka, tiap item dalam setiap konsep variabel, terjangkau untuk digunakan sebagai alat estimasi.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data yang digunakan dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual telah terdistribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov menyatakan jika nilai signifikansi dari tes ini diatas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal, tetapi sebaliknya jika nilai signifikansi dari hasil tes masih dibawah 0,05 maka data tidak lolos uji normalitas yang artinya data tidak terdistribusi normal.

Berikut ini adalah hasil uji normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-smirnov:

Tabel 6: Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,54195547
Most Extreme Differences	Absolute	,188
	Positive	,187
	Negative	-.188
Test Statistic		1.987
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel diatas hasil uji kolmogorov-smirnov diperoleh informasi nilai kolmogorov-smirnov yaitu sebesar 1.987 dengan tingkat signifikansi 0,400 dimana nilainya lebih dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan data terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Penilaian multikolinearitas dalam regresi dilakukan dengan memeriksa Tolerance dan VIF. Model dikategorikan bebas dari multikolinearitas jika nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,1.

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Atraksi	0,653	1.531	Bebas Multikolinearitas
Aksesibilitas	0,633	1.581	Bebas Multikolinearitas

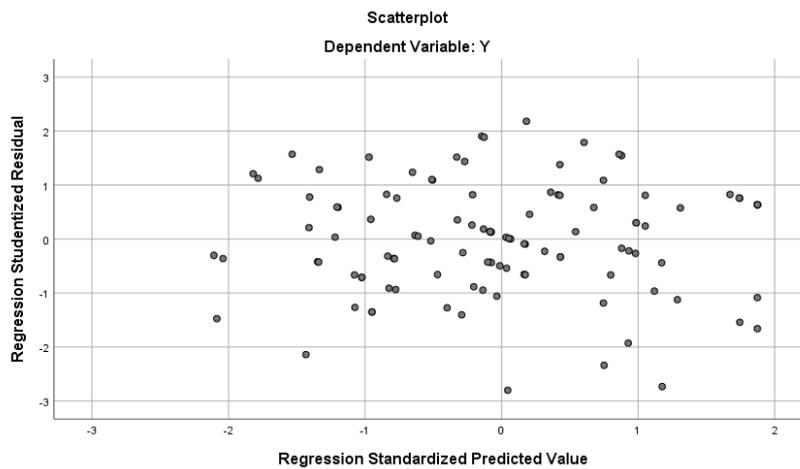
Amenitas	0,719	1.391	Bebas Multikolinearitas
----------	-------	-------	-------------------------

Sesuai data koefisien yang tertera di Tabel 31, nilai VIF untuk variabel komunitas online, interaksi, aksesibilitas, dan kredibilitas semuanya < 10, dan nilai Tolerance lebih > 0,1. Ini mengindikasikan bahwa model regresi tidak mengalami multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan variansi dan residual antar pengamatan dalam regresi. Jika variansi dan residual konsisten antar pengamatan, maka dikatakan homoskedastis; Sementara itu, jika tidak konsisten, disebut heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat diprediksi melalui pola scatterplot: regresi dianggap tidak mengalami heteroskedastisitas jika titik data tersebar di sekitar angka 0 dan tidak membentuk pola bergelombang. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4:

Gambar 2: Hasil Uji Heteroskedastisitas



Analisis heteroskedastisitas menyatakan titik-titik data tersebar di sekitar angka 0, dengan distribusi yang merata di atas dan di bawahnya, tanpa terkumpul hanya di satu arah. Penyebaran titik data yang tidak teratur ini mengindikasikan bahwa heteroskedastisitas tidak ditemukan.

Koefisien Korelasi Berganda

Secara individual, analisis ini memungkinkan kita untuk memahami baik arah maupun kekuatan hubungan serta signifikansi dari masing-masing variabel yang diteliti. Tabel perhitungan yang dihasilkan mengaplikasikan SPSS versi 26 memberikan rincian tentang korelasi antara variabel-variabel tersebut. Berikut ini adalah ringkasan hasil yang ditunjukkan dalam tabel perhitungan SPSS 26.

Tabel 7 : Hasil Uji Korelasi Berganda

Correlations

		Atraksi	Aksesibilitas	Amenitas	Minat berkunjung kembali
Atraksi	Pearson Correlation	1	.516**	.854**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112
Aksesibilitas	Pearson Correlation	.880**	1	.928**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112

Amenitas	Pearson Correlation	.887**	.789**	1	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112
Minat berkunjung kembali	Pearson Correlation	.868**	.697**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 7 yang berisi informasi mengenai korelasi parsial menunjukkan nilai koefisien korelasi antara variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut:

1. Koefisien korelasi (**r**) antara Atraksi terhadap Minat berkunjung kembali = **0,805** dengan tingkat signifikan 0,000 pada simbol positif (+), Setelah memeriksa tabel interpretasi nilai r dalam rentang interval 0,80 – 1,000 pada tingkat pengaruh, **Sangat Kuat**.
2. Koefisien korelasi (**r**) antara Aksesibilitas terhadap Minat berkunjung kembali = **0,897** dengan tingkat signifikan 0,000 pada simbol positif (+), Setelah memeriksa tabel interpretasi nilai r dalam rentang interval 0,80 – 1,000 pada tingkat pengaruh, **Sangat Kuat**.
3. Koefisien korelasi (**r**) antara Amenitas terhadap Minat berkunjung kembali = **0,869** dengan tingkat signifikan 0,000 pada simbol positif (+), Setelah memeriksa tabel interpretasi nilai r dalam rentang interval 0,80 – 1,000 pada tingkat pengaruh, **Sangat Kuat**.

Koefisien Determinasi (*Adjusted r square*)

Koefisien determinasi (*Adjusted r square*) mengukur proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Artinya, ukuran ini digunakan untuk menentukan sejauh mana variabel independen dapat menerangkan variabel dependen.

Tabel 8 menunjukkan nilai *Adjusted r square* yang digunakan untuk menentukan koefisien determinasi, sebagaimana diperlihatkan:

Tabel 8 : Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 ^a	.882	.865	1.72343

a. Predictors: (Constant), Amenitas, Atraksi, Aksesibilitas

Tabel 8 memperlihatkan hasil analisis dengan SPSS Versi 26, yang menghasilkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) bernilai 0,865 atau 86,5%. Hal ini menyatakan kontribusi Atraksi (X1), Aksesibilitas (X2), dan Amenitas (X3) terhadap Minat berkunjung kembali (Y) adalah bernilai 86,5%. Sedangkan 13,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam studi ini.

Hasil Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Tabel 9 : Hasil Uji t Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	1.884	1.897		.993	.323
	Atraksi	.305	.109	.243	2.811	.006
	Aksesibilitas	.436	.129	.293	3.380	.001
	Amenitas	.194	.063	.261	3.063	.003

a. Dependent Variable: Minat berkunjung kembali

Uji kebenaran untuk Hipotesis 1, 2, dan 3 dalam studi ini dilakukan dengan mengaplikasikan uji parsial. Uji t merupakan teknik untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara terpisah, dengan anggapan bahwa variabel dependen lainnya tidak berubah. Untuk menilai signifikansi ini, nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Apabila t_{hitung} sama atau $>$ pada t_{tabel} , variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen; jika t_{hitung} kurang dari t_{tabel} , pengaruhnya tidak signifikan.

Uji f (Simultan)

Pengujian hipotesis secara bersamaan bertujuan untuk menganalisis apakah seluruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Proses ini dilakukan dengan memanfaatkan uji F sebagai metode statistik untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh tersebut. Hasil dari pengujian hipotesis simultan kemudian disajikan dalam bentuk analisis yang memperlihatkan sejauh mana variabel independen secara kolektif berkontribusi terhadap perubahan pada variabel dependen:

Tabel 10 : Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	198.278	3	66.093	22.252	.000 ^b
	Residual	320.784	108	2.970		
	Total	519.063	111			

a. Dependent Variable: Minat berkunjung kembali

b. Predictors: (Constant), Amenitas, Atraksi, Aksesibilitas

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis statistik, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel Independen secara parsila memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini dibuktikan dengan tingginya persentase responden menjawab setuju dengan kondisi masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut juga diketahui bahwa dari ketiga faktor bebas, yaitu Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas semuanya mempengaruhi Minat berkunjung kembali pada Pantai Sanggar Kalianda Lampung. Penjelasan masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pengaruh Atraksi terhadap Minat berkunjung kembali
Atraksi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung kembali, sesuai dengan hasil uji hipotesis pertama (H1). Hasil tersebut menunjukkan penilaian yang baik tentang Atraksi terhadap minat berkunjung kembali pada Pantai Sanggar Kalianda Lampung Selatan. Hasilnya, uji H1 diterima.
- b. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat berkunjung kembali
Aksesibilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung kembali, sesuai dengan hasil uji hipotesis kedua (H2). Hasil tersebut menunjukkan penilaian yang baik tentang Aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali pada Pantai Sanggar Kalianda Lampung Selatan. Hasilnya, uji H2 diterima.
- c. Pengaruh Amenitas terhadap Minat berkunjung kembali
Amenitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung kembali, sesuai dengan hasil uji hipotesis ke-tiga (H3). Hasil tersebut menunjukkan penilaian yang baik tentang Amenitas terhadap minat berkunjung kembali pada Pantai Sanggar Kalianda Lampung Selatan. Hasilnya, uji H3 diterima.

- d. Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas terhadap Minat berkunjung kembali
Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat berkunjung kembali, sesuai dengan hasil uji hipotesis ke-empat (H4). Hasil tersebut menunjukkan penilaian yang baik tentang Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas terhadap minat berkunjung kembali pada Pantai Sanggar Kalianda Lampung Selatan. Hasilnya, uji H4 diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa variabel independen Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat berkunjung kembali pada Pantai Sanggar Kalianda Lampung Selatan, baik secara parsial maupun simultan. Berikut adalah poin-poin utama kesimpulan dari penelitian ini:

- a. Hasil uji hipotesis pertama membuktikan bahwa atraksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Pantai Sanggar. Berdasarkan perhitungan, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,237 dan nilai t_{hitung} sebesar $2,811 > t_{tabel}$ sebesar 1,65882 dengan taraf signifikan $0,005 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H1 dan menolak H0.
- b. Hasil uji hipotesis kedua membuktikan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Pantai Sanggar. Berdasarkan perhitungan, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,324 dan nilai t_{hitung} sebesar $3,380 > t_{tabel}$ sebesar 1,65882 dengan taraf signifikan $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H2 dan menolak H0.
- c. Hasil uji hipotesis ketiga membuktikan bahwa amenitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Pantai Sanggar. Berdasarkan perhitungan, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,289 dan nilai t_{hitung} sebesar $3,063 > t_{tabel}$ sebesar 1,65882 dengan taraf signifikan $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H3 dan menolak H0.
- d. Hasil uji hipotesis keempat membuktikan bahwa atraksi, aksesibilitas, dan amenitas secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Pantai Sanggar. Berdasarkan perhitungan, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $22,252 > F_{tabel}$ sebesar 2,69 dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H4 dan menolak H0.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pembahasan, dan kesimpulan di atas, maka peneliti mengajukan saran, sebagai berikut :

- a. Atraksi
Pengelola dapat mempertimbangkan untuk lebih memaksimalkan desain yang ada agar unsur alam semakin terasa dan menarik perhatian pengunjung.
- b. Aksesibilitas
Pengelola dapat mempertimbangkan penambahan akses transportasi umum yang lebih mudah hingga ke area objek wisata.
- c. Amenitas
Pengelola dapat mempertimbangkan peningkatan fasilitas penginapan agar lebih nyaman dan menarik bagi pengunjung.
- d. Minat Berkunjung Kembali
Pengelola dapat meningkatkan informasi yang tersedia di situs web atau media sosial untuk memudahkan pengunjung dalam merencanakan kunjungan.

Referensi:

- Andrariladchi, H., & Adiwibiwo, B. (2018). *Pengembangan Strategi Public Relations Menggunakan Pendekatan Marketing Mix dan Sostac terhadap Produk Pariwisata*. *Inter Komunika*, vol. 3, no. 2, 2018, 219-229.
- Aprilicia, N. N., & Bharata, W. (2021). *Pengaruh Attraction, Accessibility And Service Terhadap Interest To Visit Dan Dampaknya Terhadap Visiting Decision Pada Mall Plaza Mulia Samarinda*. *Journey : Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention, and event Management Vol 4 No 2*.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi 5*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Azwar, S. (2010). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Camilleri, M. A. (2018). *The Tourism Industry: An Overview*. In *Travel Marketing. Tourism Economics and the Airline Product*, (Chapter 1, pp. 3-27).
- Daryanto. (2011). *Media Pembelajaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Firmansyah, A. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2013). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. England: Pearson.
- Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Irawan, M., Sayekti, L., & Ekasari, R. (2021). *Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pasa Wisata Wego Lamongan*. *Ecopreneur*, 122-131.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisataaan dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Khotimah, K., & Astuti, P. (2022). *Pengaruh Aksesibilitas dan physical Evidence Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Bocor Di Kebumen*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*.
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P., & Keller, L. (2017). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Prentice Hall, Inc.
- Laing, H., Kuntariati, U., & Estikowati. (2022). *Pengaruh Atraksi Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ke Desa Wisata Tane' Olen Setulang Kabupaten Malinau Kalimantan Utara*. *Jurnal Tesla: Perhotelan - Destinasi Wisata -Perjalanan Wisata*, 1-6.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Magribi, L., & Suhardjo, A. (2004). *Aksesibilitas dan Pengaruhnya terhadap Pembangunan di Perdesaan: Konsep Model Sustainable Accessibility Pada Kawasan Perdesaan Di Propinsi Sulawesi Tenggara*. *Jurnal Transportasi*, 151.

- Manaroinsong, J. (2019). *Metode Penelitian Terapan Bidang Ekonomi dan Bisnis*. Tondano: CV R.A.DE.Rozarie.
- Marpaung, H., & Sahla, H. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisata Ke Air Terjun Ponot Di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan*. *Ilmu Manajemen*, 1151-1160.
- Miarsih, G., & Anwani. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Religi MASjid Gedhe Kauman Yogyakarta*. *Jorunal of Tourism and Economic*, 120.
- Muchtar, S. A. (2015). *Dasar Penelitian Kualitatif*. Bandung: Gelar Pustaka Mandiri.
- Muksin, I. K. (2016). *Daya Tarik Wisata (Vol.4, Issue1)*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Muzaki, F. (2019). *Pengaruh Pendapatan dan Tingkat Harga Jual Produk Terhadap Daya Beli Masyarakat Muslim (Pada UD Santoso di Klaten Desa Tegalrejo Kec. Rejotangan Kab. Tulung Agung*. 40=41.
- Nabila, A., & Widiyastuti, D. (2018). *Kajian Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Pongok di Kabupaten Klaten*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Nasution, & Rahma, L. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Kota Berastagi*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Nasution, A. (2003). *Perencanaan dan Pengendalian Prodksi*. Jakarta: Gamawidya.
- Nuraeni, B. S. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang*. *Jurnal Bisnis Strategi*.
- Nurbaeti, Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 269-278.
- Pasaribu, A., & Ismayuni, T. (2023). *Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden 100*. *Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*.
- Pendit, N. S. (2002). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramitha.
- Qodriyah, H., Kusumawardhani, W., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Ektikowati. (2023). *Pengaruh Atraksi Wisata, Harga, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Malang Smart Arena*. *Jurnal Dharmawangsa*, 752-762.
- Rahantoknam, S., Tondobala, L., & Taror, R. c. (n.d.). *Pemanfaatan Ruang Para Pedagang di Pasar Tradisional Bahu, Manado dan Pengaruhnya terhadap Kondisi Aksesibilitas Kawasan*. Manado: Universitas sam Ratulangi Manad.
- Rossadi, L., & Widayati, E. (2018). *Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Journal Of Tourism And Economic*.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saway, W. V., Alviana, S., Estikowati, & Hidayatullah, S. (2021). *Dampak Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari*

- Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Pariwisata Budaya. Jurnal Ilmiah Agama dan Budaya*, 1-8.
- Setyowati, H., & Liliyan, A. (2022). *Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Taman Satwa Taru Jurug. Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 24-31.
- Soewarni, I., Sari, N., Santosa, E., & Gai, A. (2019). *Dampak Perkembangan Pariwisata terhadap Ekonomi Masyarakat di Desa Tulungrejo, Kecamatan Bumiaji - Kota Batu. Jurnal Planoeearth*, 52-57.
- Stanton, W. J. (2007). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Subianto, T. (2007). *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 165-182.
- Sudarmanto, E., Sari, D., Tjahjana, D., & Wibowo, E. (2021). *Manajemen Konflik*. Makassar: Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (mixed Methods)*. Bandung: ALFABETA.
- Sumarwan. (2014). *Perilaku Konsumen*. Ghaila Indonesia.
- Sumayang, L. (2003). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susanto, B., & Astutik, P. (2020). *Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 46-56.
- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 592-605.
- Suwena, I., & Widyatama, I. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Udayana University Press.
- Winarno. (2015). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews edisi 4*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Witt, S., & Moutinho, L. (1994). *Tourism Marketing and Management Handbook*. University of Wisconsin - Madison: Prentice Hall.
- Yazid. (2008). *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia FE UII.
- Yoeti, A. O. (2008). *Ekonomi Pariwisata*. Kompas Media Nusantara.