EXERO, e-ISSN 2655-1519, p-ISSN 2655-1527, Vol. 05, No. 01, Mei 2022
EXERO: Journal of Research in Business and Economics
http://e-journal.usd.ac.id/index.php/exero
Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan)

Siti Lestari[1], Ima Kristina Yulita[2,] T Handono Eko Prabowo[3]
[1,2,3]Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta
sitilestariii99@gmail.com, yulitaimakristina@gmail.com, thep_phd@usd.ac.id

DOI: https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh citra destinasi dan fasilitas wisata secara simultan terhadap minat berkunjung ulang di Pantai Klayar Pacitan, 2) pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung ulang, 3) pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang. Populasi dalam penelitian ini adalah ssemua wisatawan yang pernah berkunjung dan sedang berkunjung ke Pantai Klayar. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) citra destinasi, fasilitas wisata secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Klayar Pacitan, 2) citra desrinasi secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Klayar Pacitan, 3) fasilitas wisata secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Klayar Pacitan.

Kata kunci: citra destinasi, fasilitas wisata, minat berkunjung ulang

Abstract

This study aims to determine: 1) the influence of the image of destinations and tourist facilities simultaneously on the interest in revisiting at Klayar Beach Pacitan, 2) the influence of the image of the destination on the interest in revisiting at Klayar Beach Pacitan, 3) the influence of tourist facilities on the interest in revisiting at Klayar Beach Pacitan. The population in this study are all tourists who have visited and are currently visiting Klayar Beach. The sampling technique used was purposive sampling. Data was obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique in this study was multiple linear regression. analysis using the IBM SPSS Statistic 25 application. The results showed that: 1) the image of the destination, tourist facilities simultaneously affected the interest in returning to Klayar Beach, Pacitan, 2) the image of the destination partially affected on interest in revisiting Klayar Beach Pacitan, 3) tourism facilities partially affect interest in revisiting Klayar Beach Pacitan.

Keywords: destination image, tourist facilities, interest in revisiting

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini semakin pesat. Perkembangan sektor pariwisata memberikan manfaat kepada banyak pihak baik pemerintah, masyarakat maupun swasta. Hal ini karena pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan untuk dikembangkan sebagai salah satu asset yang menjanjikan bagi masyarakat sekitar maupun pemerintah.

Pada saat ini sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang sangat terpukul

karena pandemi *COVID-19.* Beberapa waktu yang lalu destinasi pariwisata sempat ditutup untuk kunjungan wisatawan. Puncaknya sejak saat perayaan Imlek, dimana seharusnya yang menjadi masa pemasukan bagi pemerintah dan masyarakat, disebabkan *COVID-19* ini pemerintah dan masyarakat tidak mendapatkan pemasukan. Selain itu Indonesia juga menghentikan penerbangan. Tidak hanya itu saja, para karyawan restoran dan hotel merasakan banyak kerugian sebab karyawan dicutikan diluar tanggungan perusahaan karena masih menunggu perkembangan peningkatan demand.

Pacitan merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur, terletak di bagian pesisir Selatan Pulau Jawa dan berbatasan langsung dengan Kecamatan Pringkuku di bagian sebelah Barat, Kecamatan Arjosari di bagian sebelah Utara, Kecamatan Kebonagung di bagian sebelah timur dan Samudera Indonesia di bagian sebelah Selatan. Kabupatan Pacitan memiliki 12 Kecamatan dan 5 kelurahan dan 166 Desa.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik
Tahun 2017-2019 Kab Pacitan

Wisatawan	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik		
	2017	2018	2019
Wisatawan Mancanegara	1.595	1.397	1.211
Wisatawan Domestik	1.750.445	1.658.334	2.303.908
Jumlah	1.752.040	1.659.731	2.305.119

(Sumber:https://pacitankab.bps.go.id/indicator/16/152/1/jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik.html /diakses tanggal 20 September 2020)

Tabel 1 menunjukkan jumlah wisatawan mancanegara dan domestik dari tahun 2017-2019, untuk wisatawan mancanegara pada tahun 2017 berjumlah 1.595, pada tahun 2018 jumlah wisatawan mancanegara mengalami penurusan menjadi 1.397 dan pada tahun 2019 jumlah wisatawan mancanegara semakin mengalami penurusan menjadi 1.211. Selanjutnya jumlah wisatawan domestik pada tahun 2017 berjumlah 1.750.445, pada tahun 2018 jumlah wisatawan domestik mengalami penurunan menjadi 1.658.334, sedangkan pada tahun 2019 jumlah kunjungan domestik mengalami kenaikan sebesar 2.303.908. Dari data tabel 1 dapat disimpulkan wisatawan mancanegara mengalami penurunan setiap tahunnya. Sedangkan untuk wisatawan domestik mengalami kenaikan dari tahun 2017 – 2019.

Menurut Yoeti (2003:56) fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah

tempat wisata yang dikunjunginya. Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang berperan penting dalam usaha meningkatkan kepuasan. Minat berkunjung ulang menjadi salah satu variabel yang terpenting, karena menurut teori dari Umar (2003:12) minat berkunjung ulang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan kembali. Oleh sebab itu dengan meneliti variabel minat berkunjung ulang maka peneliti akan mengetahui seberapa puas para wisatawan terhadap kunjungan sebelumnya, motivasi tertentu dalam memilih tujuan wisata, dan kecintaan wisatawan terhadap destinasi. Kecintaan wisatawan terhadap destinasi dapat diukur dengan jumlah kunjungan berulang yang dilakukan oleh wisatawan tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis merasa penting untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh citra destinasi, fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Klayar Pacitan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: 1) Mengetahui pengaruh citra destinasi dan fasilitas wisata secara simultan terhadap minat berkunjung ulang di Pantai Klayar Pacitan. 2) Mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung ulang. 3) Mengetahui pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang.

KAJIAN LITERATUR

Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 th 2009 pasal 1 ayat 3 tentang pariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Menurut WTO, World Tourism Organization 1999:5 (dalam Arjana 2016:6) pariwisata adalah kegiatan orang-orang melakukan perjalanan ke dan tinggal di suatu tempat di luar lingkungan biasanya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun secara berturut-turut untuk memanfaatkan waktu senggang, urusan bisnis dan tujuan lainya.

Sedangkan menurut Rangin (2016) pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut

guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Citra Destinasi

Menurut Tasci dan Kozak (2006: 304), citra destinasi adalah persepsi individu terhadap karakteristik destinasi yang dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media masa serta banyak faktor lainya. Selanjutnya menurut Lopes (2011:307-308), konsep citra destinasi sebagai ekspresi dari semua pengetahuan obyektif, prasangka, imajinasi dan pikiran emosional seorang individu atau kelompok tentang lokasi tertentu.

Sedangkan menurut Nurhayati, Danial dan Ramdan (2019) citra destinasi adalah kepercayaan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai produk atau layanan yang wisatawan beli atau akan beli. Citra destinasi tidak selalu terbentuk dari pengalaman atau fakta, tetapi dapat dibentuk sehingga menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisatawan ke suatu destinasi pariwisata. Lalu menurut Muslih, Meilina dan Sardanto (2019), citra destinasi terdiri dari sembilan dimensi yaitu, lingkungan perjalanan, daya tarik alam, hiburan dan even, daya tarik sejarah. Infrastruktur perjalanan, aksesbilitas, relaksasi, aktivitas luar, harga dan nilai. Menurut Fatimah (2019) terdapat 3 dimensi dari citra destinasi yaitu *Cognitive destination image, Unique image* dan *Affective destination image.*

Fasilitas Wisata

Yoeti (2003:56) mengemukakan bahwa fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai, menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

Fasilitas-fasilitas tersebut merupakan satu kesatuan yang saling melengkapi satu sama lain. Fasilitas-fasilitas tersebut merupakan satu kesatuan yang saling melengkapi satu sama lain. Dalam unsur fasilitas wisata biasanya terdiri dari unsur transportasi, akomodasi, fasilitas makan dan minum, dan fasilitas lainnya yang dapat disesuaikan dengan daerah tempat wisata tertentu. Seluruh komponen bertujuan untuk memenuhi pengalaman berwisata seseorang.

Minat Berkunjung Ulang

Menurut Nuraeni (2014) minat berkunjung ulang adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung ulang ke tujuan yang pernah didatangi dan keinginan untuk melakukan perjalanan di masa depan dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap pengalaman masa lalunya. Selanjutnya menurut Isnaini dan Abdillah (2018:124), minat berkunjung ulang adalah perasaan ingin mengunjungi kembali suatu destinasi wisata di masa mendatang. Menurut Aviolitasona (2017:14), indikator minat kunjung ulang yaitu: mengunjungi ulang di lain waktu, memberi rekomendasi kepada orang lain, mengajak orang lain untuk berkunjung

Wisatawan

Yoeti (1983:71) mengemukakan bahwa wisatawan adalah seseorang yang meninggalkan tempat kediamannya untuk sementara waktu dengan alasan apapun juga tanpa memangku jabatan atau pekerjaan di negara yang dikunjunginya. Sedangkan Spillane (1989:23) mendefinisikan bahwa wisatawan adalah seseorang yang mengadakan perjalanan untuk memuaskan hasrat ingin tahu, untuk mengurangi ketegangan pikiran, beristirahat, dan mengembalikan kesegaran pikiran dan jasmaninya sehari-hari. Mereka adalah orang-orang yang berlibur, yang mengadakan perjalanan wisata untuk menambah pengetahuan, yang ingin mempersegar hubungan dengan alam dan mengendorkan ketegangan pikiran. Yang bisa dianggap wisatawan menurut Spillane (1989:24) adalah (1) Mereka yang mengadakan perjalanan untuk kesenangan karena alasan keluarga, kesehatan dan lain-lain. (2) Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan pertemuan-pertemuan atau karena tugas-tugas tertentu (ilmu pengetahuan, tugas pemerintahan, diplomasi, agama, olahraga dan lain-lain). (3) Mereka yang mengadakan perjalanan dengan tujuan usaha. (4) Mereka yang datang dalam rangka perjalanan dengan kapal laut walaupun tinggal di suatu Negara kurang dari 24 jam.

Penelitian-penelitian Sebelumnya

1. **Siti Ma'rifatun (2018)**

   Penelitian yang dilakukan oleh Siti Ma'rifatun berjudul "Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang

dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening." Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa (1) daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung; (2) citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung; (3) daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berjunjung ulang; (4) citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang; (5) kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

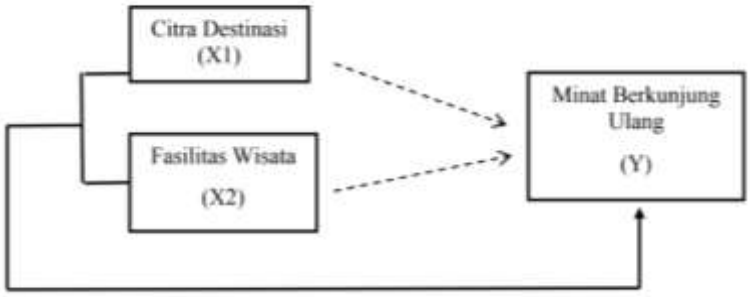
2. **Budiman Marpaung (2019)**

   Penelitian ini berjudul "Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel *Interventing* Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan". Hasil penelitian menunjukkan a) Daya tarik wisata, kualitas pelayanan, fasilitas wisata berpengaruh langsung dan signifikan baik terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat kunjungan ulang. b) Keselamatan wisatawan tidak signifikan pengaruh langsungnya baik terhadap kepuasan wisataan maupun terhadap minat kunjungan ulang. c) Variabel *interventing*, kepuasan wisata berpengaruh secara tidak langsung dalam mendorong daya tarik wisata, kualitas pelayanan dan fasilitas wisata terhadap minat kunjungan ulang; d) Daya tarik wisata memberikan pengaruh tidak langsung dominan melalui variabel *interventing* kepuasan wisatawan terhadap minat kunjungan ulang.

3. **Siti Mahfudhotin, Iva Nurdiana Nurfarida, Candra Wahyu Hidayat (2020)**

   Penelitian ini berjudul "Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi Dan Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang". Berdasarkan hasil analisis dari uji t dapat dijelaskan bahwa citra destinasi, lokasi dan media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Berdasarkan hasil analisis uji F dapat dijelaskan bahwa citra destinasi, lokasi dan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dari ketiga variabel independen tersebut variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali adalah variabel citra destinasi.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan:

Pengaruh secara Simultan

Pengaruh secara Parsial

Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka berfikir diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Pengaruh citra destinasi dan fasilitas wisata secara simultan terhadap minat berkunjung ulang wisatawan**

   Citra destinasi didefinisikan sebagai kumpulan kepercayaan dan kesan terhadap destinasi berdasarkan informasi yang diproses dari berbagai macam sumber. Selanjutnya Yoeti (2003:56) mengemukakan bahwa fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat bersantai, menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut. Dalam unsur fasilitas wisata biasanya terdiri dari unsur transportasi, akomodasi, fasilitas makan dan minum, dan fasilitas lainnnya yang dapat disesuaikan dengan daerah tempat wisata tertentu. Seluruh komponen bertujuan untuk memenuhi pengalaman berwisata seseorang.

   Penelitian Widjianto (2019), menunjukkan bahwa daya tarik wisata yang dimana fasilitas wisata merupakan dimensi dari daya tarik wisata itu sendiri) dan citra

wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Ketep Pass. Sehingga hipotesis yang dikembangkan untuk penelitian ini adalah:

H1: Citra destinasi dan fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang di Pantai Klayar.

2. Pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung ulang wisatawan

Citra destinasi dapat didefinisikan sebagai sebuah kumpulan kepercayaan dan kesan terhadap destinasi berdasarkan informasi yang diproses dari berbagai macam sumber. Selanjutnya minat berkunjung ulang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang (Umar, 2003:12). Selain itu Isnaini dan Abdillah (2018:124), mengemukakan bahwa minat berkunjung ulang adalah perasaan ingin mengunjungi kembali suatu destinasi wisata di masa mendatang.

Citra destinasi dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan. Citra destinasi yang timbul dalam kesan dan benak wisatawan mengenai pantai Klayar dapat berupa citra positif maupun negatif. Semakin positif citra destinasi tersebut maka minat wisatawan untuk berkunjung akan tinggi.

Penelitian Mahfudhotin, Nurfarida, Hidayat (2021) menunjukkan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali pengunjung Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang. Artinya semakin baik citra destinasi pada Kampoeng Heritage Kajoetangan dan semakin baik juga kesan yang disampaikan terhadap pengunjung, maka akan berdampak pada pengaruhnya minat berkunjung kembali pada pengunjung wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan tersebut. Sehingga hipotesis yang dikembangkan untuk penelitian ini adalah:

H2: Citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang di Pantai Klayar.

3. Pengaruh Fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan

Nasution, Anom, dan Karim (2020) mengemukakan bahwa salah satu hal yang penting untuk mengembangkan pariwisata adalah melalui fasilitas wisata. Tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/negara, karena tertarik

oleh kemudahan-kemudahan yang bisa diperoleh. Hal ini dikarenakan fasilitas wisata dapat mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen. Maka dari itu jika sebuah pengelola memperhatikan aspek ini maka akan terjadi kecocokan antara persepsi wisatawan dengan apa yang terjadi sesungguhnya di lapangan sehingga mampu menciptakan kepuasan bagi wisatawan. Oleh sebab itu, pihak pengelola pantai Klayar Pacitan menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung bagi para wisatawan sehingga wisatawan merasa puas saat berwisata di pantai Klayar Pacitan. Pantai Klayar memberikan fasilitas-fasilitas yang begitu banyak contohnya saja pengelola menyediakan ATV (*All Terrain Vehicle*) disepanjang pantai, menyediakan mushola di semua area pantai, kamar mandi/toilet di semua area pantai, disediakan area parkir begitu luas serta dibeberapa tempat, spot foto diberbagai tempat seperti (di pinggir pantai, di batu karang serta di atas bukit dengan disediakan gazebo) dll.

Penelitian yang dilakukan oleh Marpaung (2019), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan fasilitas wisata terhadap minat kunjungan ulang. Artinya semakin baik ketersediaan fasilitas wisata yang ada pada lokasi obyek wisata akan semakin besar keinginan wisatawan untuk berkunjung ulang sehingga hipotesis yang dikembangkan untuk penelitian ini adalah:

H3: Fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang di Pantai Klayar

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan penelitian data survei. Menurut Sugiyono (2009:13) metode penelitian survei adalah metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), akan tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menyebarkan kuesioner, penelitian keperpustakaan dan sebagainya.

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Juni-Juli 2021, berlokasi di Pantai Klayar, Pacitan.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017:136) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua wisatawan yang pernah berkunjung dan sedang berkunjung ke Pantai Klayar, Pacitan. Sedangkan sampel yang diperlukan adalah 100 responden wisatawan Pantai Klayar Pacitan.

Sumber Data

Berkaitan dengan ini, maka sumber data digolongkan menjadi 2 yaitu primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari kuisioner yang disebar ke para pengunjung di forum online yang sudah pernah melakukan kunjungan ke destinasi wisata pantai Klayar Pacitan. Adapun data sekunder diperoleh dari gambaran umum perusahaan dan data lainya yang mendukung penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner sebagai teknik engumpulan data, menurut Sugiyono (2009:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab.

Jenis Variabel, Definisi Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah citra destinasi (X1) dan fasilitas wisata (X2)**,** serta variabel dependen pada penelitian ini adalah minat berkunjung ulang (Y).

Citra Destinasi

Menurut Tasci dan Kozak (2006: 304), citra destinasi adalah persepsi individu terhadap karakteristik destinasi yang dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media masa serta banyak faktor lainya. Selanjutnya indikator yang digunakan pada citra destinasi yaitu: infrastruktur yang baik, kondisi aman dan nyaman pada destinasi, kesan terhadap Lingkungan alam yang indah, sesuatu yang menyenangkan pada destinasi wisata

Fasilitas Wisata

Yoeti (2003:56) mengemukakan bahwa fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu

di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai, menikmati dan berpatisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut. Selanjutnya indikator yang digunakan pada citra destinasi yaitu kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan, kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.

Minat Berkunjung Ulang

Menurut Nuraeni (2014) minat berkunjung ulang adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung ulang ke tujuan yang pernah didatangi. Keinginan untuk melakukan perjalanan di masa depan dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap pengalaman masa lalunya. Minat ini biasanya muncul ketika seseorang telah melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata. Selanjutnya indikator yang digunakan pada citra destinasi yaitu mengunjungi ulang di lain waktu, memberi rekomendasi kepada orang lain, mengajak orang lain untuk berkunjung.

Pengukuran Variabel

Pernyataan-pernyataan diukur dengan menggunakan Skala *Likert*, oleh karena itu variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, yang kemudian indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak, untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, deskriptif responden berisi tentang perhitungan menjadi klasifikasi kuesioner secara umum, seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan asal kota. Selain itu analisis variabel digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang variabel dilihat dari rata-rata masing-masing variabel. Dengan menggunakan *skala Likert* diketahui nilai tertinggi adalah 5 dan nilai terendah adalah 1, maka jumlah interval dapat dihitung sebagai berikut:

$$Interval = \frac{Nilai\ maksimum - nilai\ nimimum}{Kelas\ interval}$$

$$Interval = \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji yang digunakan adalah *Kolmogrov Smirnov*. Metode pengujian normal atau tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat signifikan variabel, jika signifikan > 0,05 pada taraf signifikan (alpha) 5% maka menunjukkan distribusi normal. Sementara itu, jika signifikan < 0,05 pada taraf signifikan (alpha) 5% maka menunjukkan distribusi tidak normal.

Uji Multikolinearitas

Alat statistik yang digunakan untuk melakukan uji multikolinearitas adalah nilai *tolerance dan variance inflation factor* (VIF). Jika nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heterosdastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Rank Spear* serta dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas adalah jika nilai Signifikan > 0,05 maka tidak terjadi heterodastisitas.

Uji Linearitas

Kriteria pengujian linearitas yaitu jika nilai *sig. pada deviation from linearity* lebih besar (>) 0,05 maka terdapat hubungan linear.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti guna meramalkan bagaimana keadaan variabel tergantung. Dengan bentuk persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Uji Hipotesis

Uji F

Pengambilan keputusan dilakukan jika signifikansi Fhitung lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:98). Pengujian ini dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

1. Menentukan formulasi hipotesis

   H_0 : Citra destinasi, fasilitas wisata secara simultan tidak berpengaruh terhadap

minat berkunjung ulang.

H_a : Citra destinasi, fasilitas wisata secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Dalam penelitian ini *level of significance* atau tingkat signifikansi digunakan adalah α = 5% (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian)

3. Menentukan nilai F_{hitung} dan F_{tabel}

$$F_{hitung} = \frac{(RX1,X2,Y)^2(n-m-1)}{m(R^2X1,X2,y)}$$

4. Kriteria pengujian

Kriteria pengujian dapat dilihat melalui nilai probabilitas *sig* atau dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel}.

a. Jika menggunakan nilai probabilitas *sig,* maka kriteria pengujian adalah H0 ditolak dan Ha diterima jika probabilitas sig. < α H0 diterima dan Ha ditolak jika probabilitas sig. ≥ α

b. Jika menggunakan perbandingan nilai Fhitung dan F tabel, maka kriteria pengujian adalah H_0 ditolak dan H_a diterima jika F hitung > F tabel H_0 diterima dan H_a ditolak jika F hitung ≤ F tabel

5. Menarik Kesimpulan

Jika H_0 diterima dan Ha ditolak maka citra destinasi, fasilitas wisata secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Sebaliknya jika H_0 ditolak dan Ha diterima maka citra destinasi, fasilitas wisata secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

Uji t

Pengambilan keputusan ini dilakukan jika signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Merumuskan H_0 dan H_a

H_0 : Citra destinasi, fasilitas wisata secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

H_a : Citra destinasi, fasilitas wisata secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

2. Menentukan *level of significance* (α) :

   Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *level of significance* atau tingkat signifikansina sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas (df) = n-k, n merupakan jumlah responden dan k merupakan jumlah variabel penelitian.

3. Menentukan thitung dengan menggunakan alat analisis atau rumus:

$$t_i = \frac{bi}{sbi}$$

   Dimana:

   ti = t_{hitung} koefisien variabel i

   bi = koefisien regresi variabel i

   sbi = *standard error* dari variabel

4. Menentukan daerah penerimaan dan penolakan H_0

   H_0 diterima, jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq -t_{tabel}$

   H_0 ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$

5. Menarik kesimpulan

   Jika H_0 diterima dan H_a ditolak maka citra destinasi, fasilitas wisata secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke pantai Klayar Pacitan. Begitupun sebaliknya jika H_0 ditolak dan H_a diterima maka citra destinasi, fasilitas wisata secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke pantai Klayar Pacitan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data dan Analisis

Deskripsi Karakteristik Responden

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
16-20 tahun	32	32%
21-30 tahun	68	68%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas yang berusia 21-30 tahun, sedangkan minoritas yang berusia 16-20 tahun sebanyak 32%. Dapat disimpulkan bahwa, responden pengunjung Pantai Klayar mayoritas berusia 21-30 tahun yaitu sebesar 68%.

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	49	49%
Perempuan	51	51%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021

Tabel 3 menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Pantai Klayar didominasi oleh perempuan dengan persentase 51% dan sisanya adalah laki-laki dengan persentase 49%.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar	24	24%
Mahasiswa	32	32%
Wiraswasta	25	25%
Lainnya	19	19%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021

Tabel 4 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa yaitu sebanyak 32 orang, kemudian untuk wiraswasta yaitu sebanyak 25 orang dan pelajar yaitu sebanyak 24 orang, sementara minoritas responden sebagai pelajar yaitu sebanyak 19 orang.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku

Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Presentase
≤ Rp 1.000.000	41	41%
> Rp 1.000.000-Rp 1.500.000	37	37%
> Rp 1.500.000-Rp 2.000.000	14	14%
> Rp 2.000.000	8	8%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui pendapatan atau uang saku perbulan responden yaitu kurang dari ≤ Rp1.000.000 adalah 41 responden dengan persentase 41%, pendapatan atau uang saku per bulan > Rp1.000.000 – 1.500.000 adalah 37 responden dengan persentase 37%, pendapatan atau uang saku perbulan > Rp1.500.000 – 2.000.000 adalah 14 responden dengan persentase 14%, dan uang saku lebih dari > Rp2.000.000 adalah 8 responden dengan persentase 8%.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Frekuensi Kunjungan	Jumlah	Persentase
1	16	16%
2	27	27%
3	31	31%
≥ 4	26	26%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui responden wisatawan Pantai Klayar yang berkunjung untuk pertama kali sebanyak 16 responden, wisatawan Pantai Klayar yang berkunjung dua kali sebanyak 27 responden, wisatawan Pantai Klayar yang berkunjung tiga kali sebanyak 31, dan wisatawan Pantai Klayar yang berkunjung ≥ 4 kali sebanyak 26 responden. Dapat disimpulkan bahwa responden pengunjung Pantai Klayar mayoritas telah berkunjung tiga kali yaitu sebesar 31%.

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

   Uji validitas dilakukan guna mengukur sah atau tidak suatu kuesioner dengan skor total pada tingkat signifikansi sebesar (α) 5% dan jumlah sampel 100 orang. Setiap pernyataan dapat dikatakan valid jika memiliki nilai rhitung ≥ 0,196.

   Berdasarkan tabel 7, hasil uji validitas pada variabel citra destinasi terdapat 12 item pernyataan yang memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan terdapat satu pernyataan yang dikatakan tidak valid yaitu pada pernyataan 9. Untuk mengatasi hal tersebut maka harus dilakukan penghapusan terhadap item pernyataan 9, setelah item tersebut dihapus kemudian akan kembali dilakukan

pengujian ulang menggunakan IBM SPSS 25. Hasil pengujian terdapat di tabel 8 dan semua item pernyataan pada variabel Citra Destinasi dinyatakan valid.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Citra Destinasi (X1) Sebelum Penghapusan Item Pernyataan

Item	r hitung	r tabel	Status
Pernyataan 1	0,506	0,196	VALID
Pernyataan 2	0,390	0,196	VALID
Pernyataan 3	0,278	0,196	VALID
Pernyataan 4	0,601	0,196	VALID
Pernyataan 5	0,529	0,196	VALID
Pernyataan 6	0,412	0,196	VALID
Pernyataan 7	0,305	0,196	VALID
Pernyataan 8	0,409	0,196	VALID
Pernyataan 9	0,182	0,196	TIDAKVALID
Pernyataan 10	0,582	0,196	VALID
Pernyataan 11	0,458	0,196	VALID
Pernyataan 12	0,411	0,196	VALID
Pernyataan 13	0,315	0,196	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Citra Destinasi (X1) Setelah Penghapusan Item Pernyataan

Item	**r hitung**	**r tabel**	**Status**
Pernyataan 1	0,538	0,196	VALID
Pernyataan 2	0,372	0,196	VALID
Pernyataan 3	0,279	0,196	VALID
Pernyataan 4	0,620	0,196	VALID
Pernyataan 5	0,548	0,196	VALID
Pernyataan 6	0,421	0,196	VALID
Pernyataan 7	0,321	0,196	VALID
Pernyataan 8	0,422	0,196	VALID
Pernyataan 10	0,597	0,196	VALID
Pernyataan 11	0,467	0,196	VALID
Pernyataan 12	0,392	0,196	VALID
Pernyataan 13	0,276	0,196	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 9, hasil uji validitas fasilitas wisata terdapat 8 item, pernyataan yang memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Fasilitas Wisata (X2)

Item	**r hitung**	**r tabel**	**Status**
Pernyataan 1	0,797	0,196	VALID
Pernyataan 2	0,748	0,196	VALID
Pernyataan 3	0,679	0,196	VALID
Pernyataan 4	0,455	0,196	VALID
Pernyataan 5	0,467	0,196	VALID
Pernyataan 6	0,753	0,196	VALID
Pernyataan 7	0,798	0,196	VALID
Pernyataan 8	0,656	0,196	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Minat Berkunjung Ulang (Y)

Item	r hitung	r tabel	Status
Pernyataan 1	0,693	0,196	VALID
Pernyataan 2	0,700	0,196	VALID
Pernyataan 3	0,674	0,196	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel V.10, hasil uji validitas variabel minat berkunjung ulang terdapat 3 item pernyataan yang memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga seluruh item dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 11. Uji Reliabilitas Data

Variabel Penelitian	**Cronbach's Alpha Variabel**	**Cronbach Alpha**	**Status**
Citra Destinasi	0,615	0,60	Reliabel
Fasilitas Wisata	0,816	0,60	Reliabel
Minat Berkunjung Ulang	0,677	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 11, mengenai hasil uji reliabilitas nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel citra destinasi sebesar 0,615, fasilitas wisata sebesar 0,816, dan minat berkunjung ulang sebesar 0,677. Kemudian dapat dilihat bahwa semua nilai Cronbach's alpha dari masing-masing variabel lebih besar daripada 0,60. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan metode Kolomogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, jika angka sig. lebih besar (≥) dari 0,05 maka data berdistribusi normal dan jika angka sig. lebih kecil (≤) dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Di bawah ini merupakan tabel hasil olah data uji normalitas:

Tabel 12. Uji Normalitas Data

	Unstandarized Residual
Asmp. Sig. (2 tailed)	0,200

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai *Asymp Sig. (2 – tailed)* adalah sebesar 0,200. Suatu data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Data pada penelitian ini dikatakan berdistribusi normal karena 0,200 lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolinearitas

Tabel 13. Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
Citra Destinasi	0,810	1,235	Tidak terjadi multikoliearitas
Fasilitas Wisata	0,810	1,235	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 13 dapat diketahui bahwa variabel citra destinasi memperoleh VIF 1,235 lebih kecil (<) 10 dan nilai citra destinasi sebesar 0,810, variabel fasilitas wisata memperoleh VIF 1,235 lebih kecil (<) 10 dan nilai fasilitas wisata sebesar 0,810. Nilai VIF masing-masing variabel lebih kecil (<) dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa data korelasi pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka variabel yang diajukan pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas Data

Model	Sig.
Citra Destinasi	0,770
Fasilitas Wisata	0,256

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021

Pada tabel 14 dapat dilihat yaitu nilai signifikansi citra destinasi adalah sebesar 0,770 lebih besar dari 0,05, dan fasilitas wisata sebesar 0,256 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau dapat dikatakan bahwa model regresi ini adalah homoskedastisitas.

Uji Linearitas

Pengambilan keputusan uji linearitas berdasarkan nilai signifikansi *Deviation from Linaeriti*. Jika nilai signifikansi lebih besar (>) dari 0,05 maka hubungan antar variabel bersifat linear dan jika nilai signifikansi lebih kecil (<) dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel tidak bersifat linear.

Tabel 15. Hasil Uji Linearitas Data

Model	*Deviation from Linearity*	Keterangan
Citra Destinasi	0,497	Linear
Fasilitas Wisata	0,247	Linear

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 15 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada keterangan *Deviation from Lineariti* variabel citra destinasi memiliki nilai 0,497 lebih besar (>) dari 0,05, dan variabel fasilitas wisata memiliki nilai 0,247 lebih besar (>) dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel citra destinasi dan fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang bersifat linear.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel citra destinasi, fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang.

Berikut hasil pengolahan data SPSS 25 :

Tabel 16. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]		
	Unstandarized	Coefficients
Model	B	Std. Error
1 (Constant)	5,410	1,526
Citra Destinasi (X1)	0,093	0,029
Fasilitas Wisata (X2)	0,082	0,038

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021.

Berdasarkan tabel 16 diketahui bahwa persamaan Regresi Linier Berganda yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$Y = 5{,}410 + 0{,}093X1 + 0{,}082X2$$

Uji Hipotesis

1. Uji F

Berikut hasil pengolahan data uji F:

Tabel 17. Hasil Uji F

Model	F	Sig.
1 Regression	12,838	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021.

a. Menentukan formulasi hipotesis

H0 : Citra destinasi, fasilitas wisata secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada Pantai Klayar.

Ha : Citra destinasi, fasilitas wisata secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada Pantai Klayar.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Dalam penelitian ini tingkat signifikansi yang digunakan adalah α = 5% (0,05).

c. Menentukan F hitung dan F tabel

Berdasarkan nilai F, telah diketahui bahwa nilai F adalah sebesar 12,838. Kemudian untuk nilai F tabel pada signifikansi 5% dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F_{tabel} = F\ (k;n-k)$$
$$= F\ (2;100-2)$$
$$= F\ (2;98)$$

= 3,08

Jika dilihat pada tabel distribusi nilai F tabel ditunjukkan angka 2 ; 98 diperoleh nilai sebesar 3,08.

d. Kriteria Pengujian

Kriteria pengujian dapat dilihat melalui nilai probabilitas *sig* atau dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan $F_{tabel.}$

1) Jika menggunakan nilai probabilitas *sig*, maka kriteria pengujian sebagai berikut:

H0 ditolak dan Ha diterima jika probabilitas sig. < α H0 diterima dan Ha ditolak jika probabilitas sig. ≥ α

2) Jika menggunakan perbandingan nilai Fhitung dan F tabel, maka kriteria pengujian sebagai berikut:

H_0 ditolak dan H_a diterima jika F hitung > F tabel H_0 diterima dan H_a ditolak jika F hitung ≤ F table

e. Menarik Kesimpulan

Berdasarkan nilai F hitung dan F tabel yang dilihat menunjukkan bahwa nilai F hitung 12,838 > F tabel 3,08 sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti citra destinasi, fasilitas wisata secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

2. Uji t

Tabel 18. Hasil Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	3,545	0,001
Citra Destinasi	3,196	0,002
Fasilitas Wisata	2,145	0,034

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2021

a. Merumuskan H_0 dan H_a

H0 : Citra Destinasi, Fasilitas Wisata secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Ulang pada Pantai Klayar

Ha : Citra Destinasi, Fasilitas Wisata secara parsial berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Ulang pada Pantai Klayar.

b. Menentukan *level of significance* (α)

Dalam penelitian ini tingkat signifikansi yang digunakan adalah α = 5%

(0,05).

c. Menentukan nilai t hitung dan t tabel

Berdasarkan nilai t, dapat diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel citra destinasi sebesar 3,196 dan fasilitas wisata sebesar 2,145. Selanjutnya untuk nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% dengan perhitungan sebagai berikut:

$$t\ tabel = t\ (\alpha/2;n-k-1)$$
$$= t\ (0,05/2;100-2-1)$$
$$= t\ (0,025;97)$$

Kemudian dilihat pada tabel distribusi nilai t tabel, angka 0,025 ; 97 diperoleh nilai sebesar 1,985.

d. Kriteria pengujian

H_0 diterima, jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ H_0 ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$

e. Menarik kesimpulan

Berdasarkan tabel 18 bahwa nilai t hitung pada variabel citra destinasi sebesar 3.196 lebih besar dari pada nilai t tabel sebesar 1.985 dan Sig. sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa variabel citra destinasi secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Kemudian nilai t hitung pada variabel fasilitas wisata sebesar 2.145 lebih besar dari pada nilai t tabel sebesar 1.984 dan Sig. sebesar 0,034 lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa variabel fasilitas wisata secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

PEMBAHASAN

Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Pada penelitian ini hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikannya adalah sebesar 0,000 (<) 0,05 dan F hitung sebesar 12.838 (>) F tabel 3,08. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan bahwa variabel citra destinasi,

fasilitas wisata secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang yang berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa citra destinasi dan fasilitas wisata merupakan suatu hal yang tepat dalam meningkatkan minat berkunjung ulang wisatasan Pantai Klayar Pacitan. Hasil pengujian pengaruh secara simultan (bersama-sama) ini sesuai Trisna Widjianto (2019) yang menunjukkan bahwa daya tarik wisata (fasilitas wisata merupakan dimensi dari daya tarik wisata itu sendiri) dan citra wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Ulang

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang Pantai Klayar Pacitan. Hasil dari uji t yaitu t hitung = 3,196, t tabel = 1,984 dan sig < 0,05. Maka nilai Sig yaitu sebesar 0,002 lebih kecil dari α=0,05 dan nilai t hitung 3,196 lebih besar dari t tabel ,984, sehingga variabel citra destinasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang yang berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa citra destinasi merupakan salah satu penentu wisatawan melakukan kunjungan ulang ke Pantai Klayar, karena jika citra destinasi baik maka akan menciptakan rasa ingin kembali lagi ke destinasi Pantai Klayar tersebut. Serta penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mahfudhotin et. al (2021) yang menemukan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang Pantai Klayar Pacitan. Hasil dari uji t yaitu t hitung = 2,145, t tabel = 1,984 dan sig < 0,05. Maka nilai Sig yaitu sebesar 0,034 lebih kecil dari α=0,05 dan nilai t hitung 2,145 lebih besar dari t tabel 1,984, sehingga variabel fasilitas wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang yang berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas wisata merupakan salah satu pembentuk terciptanya rasa untuk ingin kembali berkunjung, karena dengan terpenuhinya fasilitas wisata

yang baik bagi wisatawan akan menciptakan rasa untuk mengunjungi kembali wisata Pantai Klayar. Dengan demikian penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Marpaung (2019) yang mengatakan bahwa fasilitas wisatasa secara parsial berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. Hasil dari hipotesis ini sesuai dengan teori menurut Nuraeni 2014 (dalam Suryani 2018:28) bahwa citra destinasi, daya tarik wisata (fasilitas wisata) mempengaruhi minat berkunjung ulang.

KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN DAN KETERBATASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh citra destinasi, fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Klayar Pacitan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra destinasi, fasilitas wisata secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Klayar Pacitan.
2. Citra destinasi secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Klayar Pacitan.
3. Fasilitas wisata secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Klayar Pacitan.

Saran

1. Bagi Pengelola Pantai Klayar
   a. Terkait Citra Destinasi

      Berdasarkan variabel citra destinasi, dengan pernyataan pertama “Pantai Klayar aman untuk dikunjungi” dengan skor 2,50. Hal ini dapat diartikan bahwa wisatawan merasa Pantai Klayar tidak aman untuk dikunjungi. Pernyataan kedua “Pantai Klayar selalu menerapkan lingkungan yang tetap bersih” dengan skor 3,31. Hal ini dapat diartikan bahwa wisatawan merasa pengelolaan Pantai Klayar dalam hal kebersihan belum ditingkatkan, contohnya saja dipinggir pantai masih saja ditemukan sampah-sampah plastik yang sangat mengganggu keindahan pantai itu sediri. Saran peneliti adalah pihak pengelola memberikan informasi atau peringatan untuk wisatawan yang ingin bermain di area Pantai berupa papan peringatan/larangan seperti untuk

dilarang berenang dilaut karena berbahaya dan daerah berbahaya, harap berhati-hati dll. Tidak hanya itu saja, papan peringatan ini harus ditempatkan di beberapa titik agar para wisatawan membaca atau mengetahui himbauan ini. Tidak hanya itu, pengelola pantai harus lebih meningkatkan lagi dalam kebersihan pantai seperti sering melalukan pembersihan pada area pantai, sering membuang sampah agar sampah tidak menumpuk di tong sampah yang akan mengakibatkan area pantai tidak indah, membuat aroma yang tidak sedap, serta berantakan karena penuh, sering melakukan pengontrolan di area pantai serta memberikan himbauan larangan untuk membuang sampah sembarangan.

b. Terkait Falitas Wisata

Berdasarkan variabel fasilitas wisata, pernyataan "Barang-barang yang tersedia di toko souvenir tertata rapi dan dalam keadaan bersih" dengan skor 4,25 hal ini dapat diartikan bahwa wisatawan merasa barang-barang yang ada tertata rapi dan dalam kondisi yang baik. Saran dari peneliti adalah akan lebih baik jika stand penjualan souvenir diubah dan lebih sering dibersihkan dan disusun rapi agar para pengunjung merasa tertarik dan puas akan hasil yang dibeli.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini, maka peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel kualitas pelayanan, transportasi, infrastruktur dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mengalami kesulitan dalam berinteraksi langsung pihak pengelola Pantai Klayar dikarenakan adanya pandemi yang mengharuskan penelitian ini dilakukan secara daring. Selain itu adanya pandemi *Covid-19* ini mengharuskan peneliti menyebarkan kuesioner menggunakan *google form,* sehingga peneliti tidak mengetahui secara pasti tingkat kepahaman dan kesungguhan responden mengisi terhadap semua pernyataan serta keterbatasan fasilitas dan interaksi.

REFERENSI

Arjana, I Gusti Bagus. 2016. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Aviolitasona, Gheraldin Bella. 2017. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Badan Pusat Statistik."Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik 2017-2019".https://pacitankab.bps.go.id/indicator/16/152/1/jumlah-wisatawanmancanegara-dan-domestik.html/ diakses tanggal 20 September 2020

Fatimah, Siti. 2019. *"Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali."* https://jurnal.amy.ac.id

Isnaini, Putri Rizkiah Dan Yusri Abdillah 2018. "Pengaruh Citra Merek Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pengunjung serta Dampaknya pada Minat Berkunjung Ulang," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 55 No. 2 (Februari), 124.

Kementerian PPN/Bappenas. Visi Indonesia 2045. https://www.bappenas.go.id diakses tanggal 20 September 2020.

Lopes, Sergio Dominique Ferreira. 2011. *Destinations Image: Origins, Developments, and Implication, Revista de Turisimo Patrimonio Cultural*, 9 (2), 305-315.

Mahfudhotin, Siti, Iva Nurdiana Nurfarida, & Candra Wahyu Hidayat. 2020. "Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi Dan Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang". https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JRMM/article/view/5226 diakses tanggal 2 Juni 2021.

Ma'rifatun, Siti (2018). "Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berktanzunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengunjung Pantai Suwuk)". https://lib.stieputrabangsa.ac.id/repository/145501774.pdf diakses tanggal 20 September 2020.

Marpaung, Budiman. 2019. Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Interventing Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. https://ojs/mputantular.ac.id/index.php/MPU/article/download/294/356 diakses tanggal 27 Mei 2021.

Muslih, Basthoumi, Restin Meilina, dan Rino Sardanto. 2019. City Image Kota Kediri Setelah Adanya Brand "Harmoni Kediri The Service City." https://repository.unkediri.ac.id

Nuraeni, Bellinda Sofia. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Kunjung Ulang, *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 23 No. 1 (Juli).

Nurhayati, Nendah, R. Deni, M. Danial, dan Asep M. Ramdan. 2019. "*Peran Citra Destinasi Dalam Meningkatkan Niat Wisatawan Berkunjung Kembali Ke Puncak Darma Geopark Ciletuh Kab. Sukabumi*)." https://ojs.unud.ac.id

Rangin, Aprilia Raesha. 2016. "Kebijakan Pengembangan Pariwisata Di Kalimantan Tengah (Studi Terhadap Pelaksanaan Program Pembangunan Destinasi dan Pengembangan Pemasaran Pariwisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Tengah)." https://e-journal.upr.ac.id/index.php/JISPAR/article/view/390/1908

Spillane, James J. 1989. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Karnisius.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis.* Ed.3. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Tasci, D.A dan Kozak, M. 2006. Destination Brands Vs Destination Image: Do We Know What We Mean?. *Journal of Vacation Marketing.*

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 "Kepariwisataan dan Kebudayaan" https://peraturan.bpk.go.id/Home/Detail/38598/uu-no-10-tahun- 2009 diakses tanggal 20 September 2020

Umar, Husein. 2003. *Metode Riset: Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Widhianto, Chandra Wibowo dan Henila Yulita. 2017. "Pengaruh Pemerekatan Kota "Enjoy Jakarta" Terhadap Citra Kota," *Journal of Business & Applied Management,* Vol. 9 No. 1 (November).

Yoeti, Oka A. 2003. *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramitha.

Yoeti. Oka A. 1983. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.