

Fasilitas Wisata Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Hunimua, Kabupaten Maluku Tengah

Apner Abdon Elake¹⁾, Saul Ronald Jacob Saleky^{2)*}, August J. R. Ufie³⁾

^{1,2,3)}Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ambon

²⁾Alamat email: saulsaleky@gmail.com*

ABSTRACT

Tourist facilities are one of the determining factors for the interest in revisiting a tourist attraction. The purpose of this study is to determine whether tourist facilities affect the interest in revisiting the Hunimua Beach. This research is a descriptive study. The population in this study includes all visitors to the Hunimua Beach, with a sample size of 70 people. The research results show that the t-test indicates that tourist facilities have a positive and significant impact, demonstrated by the hypothesis testing results with a t-value of 9.903, which is greater than the t-table value of 1.667, with a probability of 0.002 (or <0.05). Thus, the hypothesis proposed in this study is accepted. Based on these research results, it can be concluded that tourist facilities have a positive and significant impact on the interest in revisiting the Hunimua Beach.

Keywords: Tourist Facilities, Revisit Intention

ABSTRAK

Fasilitas wisata merupakan salah satu faktor penentu minat berkunjung kembali pada suatu objek wisata. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang apakah fasilitas wisata berpengaruh Terhadap minat berkunjung kembali ke pantai Hunimua. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pengunjung pantai Hunimua dengan dan sampel berjumlah 70 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t diketahui bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan, yang ditunjukkan melalui hasil uji hipotesis dengan nilai t-hitung sebesar $9,903 >$ dari t tabel 1,667 dengan probabilitas 0,002 atau (<0,05). Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke pantai Hunimua.

Kata kunci: Fasilitas Wisata, Minat Berkunjung Kembali

1. PENDAHULUAN

Maluku adalah provinsi kepulauan yang biasa disebut dengan provinsi seribu pulau, yang terdiri dari 9 kabupaten dan 2 kota. Di wilayah ini terdapat berbagai potensi wisata yang ada dan luar biasa indah, dan mempunyai daya tarik tersendiri bagi para wisatawan baik lokal maupun Internasional. Kehadiran para wisatawan adalah untuk menikmati keindahan alam selain itu juga bisa melihat kebudayaan Maluku yang biasanya dipentaskan pada saat-saat tertentu. Salah satu destinasi wisata alam pantai adalah pantai Hunimua, Desa Liang, Kecamatan Salahutu, Kabupaten Maluku Tengah.

Pantai Hunimua yang sering disebut pantai Liang memiliki luas 890,500 m² yang mulai dikelola pada tahun 1980 oleh Dinas Parawisata Provinsi Maluku. Pantai ini memiliki pasir putih yang berpadu dengan air laut yang jernih berwarna kebiruan, membuat pantai ini sebagai salah satu tempat wisata di Maluku Tengah. Pantai Wisata Hunimua di Kecamatan Salahutu, Kabupaten Maluku Tengah, dikenal sebagai salah satu destinasi wisata pantai yang populer di daerah ini. Kualitas fasilitas wisata yang tersedia di pantai ini, seperti area parkir, toilet, tempat makan, dan fasilitas rekreasi seperti penyewaan peralatan snorkeling dan diving, sangat berpengaruh terhadap kenyamanan dan kepuasan wisatawan yang berkunjung.

Di sana pengunjung dapat melakukan berbagai kegiatan karena tempatnya yang cukup luas, dan ombak pantai yang cukup tenang. Terdapat juga dermaga kayu sederhana dengan panjang 200 meter. Tempat ini sangat banyak dikunjungi oleh para wisatawan yang datang untuk menikmati keindahan laut dan alamnya, serta pepohonan yang rindang di sekitarnya. Studi oleh Inskeep (1991) menunjukkan bahwa peningkatan fasilitas wisata dapat secara signifikan meningkatkan daya tarik suatu destinasi dan meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Untuk mendukung aktivitas wisata di pantai Hunimua, terdapat beberapa fasilitas sebagaimana terdapat dalam tabel berikut :

Tabel 1. Data Fasilitas Wisata Pantai Hunimua

NO	Nama Fasilitas	Jumlah	Kondisi
1	Pos jaga	2 Buah	1 Rusak berat
2	Gedung serbaguna	1 Buah	Rusak berat
3	Toilet	6 Buah	2 Rusak berat
4	Gazebo	25 Buah	20 Rusak berat
5	Sumur Bor	3 Buah	1 Rusak berat
6	Dermaga mini	1 Buah	Rusak berat
7	Ruang Ganti	1 Buah	Baik
8	Gudang	1 Buah	Baik
9	Garasi Mobil	1 Buah	Baik
10	Musolah	1 Buah	Baik
11	Bak Penampungan Air	3 Buah	1 Rusak berat
12	Kios Kontener	40 Buah	Baik
13	Shelter	5 Buah	1 Rusak berat
14	Gedung Galeri	1 Buah	Baik
15	Rumah Payung	12 Buah	8 Rusak berat

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Maluku, 2023

Berdasarkan tabel di atas ada beberapa fasilitas yang tidak memadai, sehingga akan berpengaruh dalam memberikan pelayanan ke pada parawisata selama berada di lokasi wisata.

Fasilitas wisata merupakan sarana yang bertujuan untuk melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung/wisatawan yang dilakukannya untuk mendapat pengalaman rekreasi. Menurut Syahril dan Badollahi, (2020) 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.

Minat berkunjung kembali pada destinasi wisata yang sama akan muncul karena beberapa alasan. Menurut Setyo putra dalam Aviolitasona (2017) minat merupakan dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan. Sedangkan menurut Asdi dalam Hernita dkk (2019) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Berdasarkan pengertian di atas dapat kita jabarkan, jika minat berkunjung yaitu suatu dorongan dari dalam diri pengunjung sebagai akibat adanya stimulus eksternal untuk melakukan keputusan berkunjung.

Menurut Sari dan Edriana Pangestuti (2018) minat berkunjung memiliki tahapan-tahapan psikologi. Di mana tahapan tersebut, kemudian dijadikan sebagai tolak ukur atau indikator terjadinya proses minat beli pada individu. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Kotler dan Keller (2014), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Berdasarkan pengertian di atas dapat, minat berkunjung yaitu suatu dorongan dari dalam diri pengunjung sebagai akibat adanya stimulus eksternal untuk melakukan keputusan berkunjung.

Minat berkunjung kembali adalah niat atau kecenderungan wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi di masa mendatang. Menurut Baker dan Crompton (2000), minat berkunjung kembali dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang dialami selama kunjungan pertama. Wisatawan yang puas dengan kunjungan mereka cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk kembali.

Di Pantai Wisata Hunimua, berbagai faktor dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali, termasuk kualitas fasilitas wisata, pengalaman keseluruhan, dan persepsi wisatawan terhadap nilai yang mereka peroleh. Penelitian oleh Yoon dan Uysal (2005) menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan memiliki hubungan langsung dengan minat berkunjung kembali, yang berarti bahwa upaya untuk meningkatkan kepuasan wisatawan dapat berdampak positif pada tingkat kunjungan ulang.

Berdasarkan uraian di atas, permasalahannya adalah bagaimana pengaruh fasilitas wisata yang terhadap minat berkunjung kembali pada Pantai Hunimua, Desa Liang Kecamatan Salahutu, Kabupaten Maluku Tengah.

2. TINJAUAN PUSTAKA

a. Fasilitas Wisata

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen dalam penyampaian (Tjiptono, 2015). Fasilitas merupakan bagian dari variable pemasaran yang memiliki peran cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaian (Nirwana, 2014). Perusahaan jasa perlu mengembangkan pemahaman akan respon pelanggan terhadap berbagai aspek tata letak fasilitas. Berdasarkan uraian di atas maka fasilitas adalah segala sesuatu yang ditempati dan dinikmati oleh karyawan dan sengaja disediakan untuk dipakai dan dipergunakan serta dinikmati oleh tamu, dan untuk penggunanya.

Fasilitas wisata adalah komponen kunci yang dapat mempengaruhi pengalaman wisatawan di suatu destinasi. Fasilitas ini mencakup berbagai elemen seperti infrastruktur dasar (jalan, parkir, toilet umum), akomodasi, restoran, tempat rekreasi, dan fasilitas pendukung lainnya yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan selama berkunjung (Gunn, 1988). Menurut Cooper et al. (1998), fasilitas wisata mencakup infrastruktur, akomodasi, transportasi, fasilitas rekreasi, dan fasilitas penunjang lainnya yang dibutuhkan oleh wisatawan selama berkunjung. Fasilitas yang baik dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, sementara fasilitas yang buruk dapat mengurangi minat untuk berkunjung kembali. Menurut Middleton dan Clarke (2001), fasilitas yang memadai dan berkualitas tinggi berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas mereka terhadap destinasi tersebut.

Terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang dukungan fisik atau fasilitas fisik (Nirwana, 2014) yaitu: desain fasilitas, nilai fungsi, estetika, kondisi yang mendukung, peralatan penunjang, seragam pegawai, laporan-laporan, dan garansi

Menurut (Tjiptono, 2014), indikator fasilitas ada empat, yaitu :

- 1) Pertimbangan/perencanaan spasial. Aspek seperti proporsi, kenyamanan dan lain-lain dipertimbangkan. Sehingga dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
- 2) Perencanaan ruangan. Unsur ini mencakup interior dan arsitektur. Seperti penempatan perabotan perlengkapan dalam ruangan Bandara, desain dan aliran sirkulasi dan lain-lain.
- 3) Perlengkapan dan perabotan. Perlengkapan dan perabot berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan. Sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna jasa. Unsur pendukung lainnya seperti toilet, wifi, tempat lokasi makan dan minum dan lain sebagainya.
- 4) Fasilitas Penunjang. Adapun fasilitas-fasilitas penunjang yang terdapat di dalam *boarding lounge* yang juga merupakan bagian dari fasilitas terminal antara lain: Tempat duduk, televisi, AC, Charger Station, ruang untuk merokok, viewer/informasi untuk mengetahui pegawai datang dan pergi, ATM, Kios-kios souvenir dan kafe, biro pelayanan penerbangan, toilet, playground, dan buku bacaan majalah / Koran.

b. Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali pada destinasi wisata yang sama akan muncul karena beberapa alasan. Menurut Setyo putra dalam Aviolitasona (2017) minat merupakan dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan. Sedangkan menurut Hernita dkk (2019) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Berdasarkan pengertian di atas dapat kita jabarkan, jika minat berkunjung yaitu suatu dorongan dari dalam diri pengunjung sebagai akibat adanya stimulus eksternal untuk melakukan keputusan berkunjung.

Menurut Pangesuti (2018) minat berkunjung memiliki tahapan-tahapan psikologi, di mana tahapan tersebut, kemudian dijadikan sebagai tolak ukur atau indikator terjadinya proses minat beli pada individu. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Menurut Yoon dan Uysal (2005), kepuasan wisatawan memiliki hubungan langsung dengan minat berkunjung kembali. Wisatawan yang puas dengan fasilitas dan pelayanan yang mereka terima cenderung lebih mungkin untuk kembali berkunjung. Penelitian ini menunjukkan bahwa destinasi yang dapat memenuhi atau melampaui harapan wisatawan cenderung lebih berhasil dalam menarik kunjungan ulang dan membangun loyalitas wisatawan.

Kotler dan Keller (2014) menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Berdasarkan pengertian di atas dapat kita jabarkan, jika minat berkunjung yaitu suatu dorongan dari dalam diri pengunjung sebagai akibat adanya stimulus eksternal untuk melakukan keputusan berkunjung.

Terdapat tiga indikator yang dapat mengukur niat berkunjung kembali (Cronin dan Taylor, 2015) sebagai berikut :

- 1) Rencana mengunjungi Kembali, disebut sebagai kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktivitas atau berkunjung ulang ke suatu destinasi.
- 2) Minat Refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan suatu produk kepada seseorang.
- 3) Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada suatu produk. Preferensi dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk tersebut.

c. Hubungan Antara Fasilitas Wisata dan Minat Berkunjung Kembali

Fasilitas wisata yang memadai dan berkualitas tinggi adalah salah satu faktor utama yang dapat meningkatkan minat berkunjung kembali. Hubungan antara fasilitas wisata dan minat berkunjung kembali telah banyak diteliti dalam literatur pariwisata. Penelitian oleh Chi dan Qu (2008) menemukan bahwa kepuasan wisatawan terhadap fasilitas wisata berhubungan langsung dengan niat mereka untuk kembali. Wisatawan yang merasa puas dengan kualitas fasilitas yang tersedia cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut di masa mendatang. Penelitian oleh Baker dan Crompton (2000) juga menunjukkan bahwa fasilitas wisata yang memadai dan berkualitas tinggi dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat mereka untuk kembali berkunjung. Fasilitas yang baik tidak hanya meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan selama kunjungan mereka, tetapi juga menciptakan kesan positif yang dapat mendorong mereka untuk kembali. Dalam konteks Pantai Wisata Hunimua, upaya untuk memperbaiki dan memperluas fasilitas wisata dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong mereka untuk berkunjung kembali.

3. METODOLOGI

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan untuk tempat penelitian adalah pantai Hunimua, Desa Liang, Kecamatan Salahutu, Kabupaten Maluku Tengah.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah fasilitas wisata di pantai Hunimua Desa Liang.

3.2 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2015) populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berkunjung di Pantai Hunimua, Desa Liang, Kecamatan Salahutu, Kabupaten Maluku Tengah. Untuk jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui.

b. Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling. Menurut Sugiyono (2018:136) Non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama oleh setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, teknik ini untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa resrepresentatif (mewakili). Penentuan sampel pada penelitian ini ditentukan berdasar atas teori dari Hair et al, (2014) menyatakan bahwa pedoman ukuran sample tergantung dari jumlah indikator dan dapat dikali dengan 5 sampai 10. Variabel X Mempunyai 4 indikator yaitu Pertimbangan/perencanaan spasial, perencanaan ruang, perlengkapan dan perabotan fasilitas penunjang dan variabel Y mempunyai 3 indikator yaitu rencana, minat referensi dan preferensial. Dapat dirumuskan menjadi : $N = 7 \times 10 = 70$

Dari perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 70 sampel.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kusioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Menurut Sugiyono (2014) mengemukakan skala likert atas tingkat kesetujuan terhadap statemen dalam angket diklasifikasi sebagai berikut :

- a. Untuk jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi nilai = 1
- b. Untuk jawaban tidak setuju (TS) diberi nilai = 2
- c. Untuk jawaban Netral (N) diberi nilai = 3
- d. Untuk jawaban setuju (S) diberi nilai = 4

e. Untuk jawaban sangat setuju (SS) diberi nilai = 5

3.4. Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent (Fasilitas Wisata) terhadap variabel dependent (Minat Berkunjung Kembali). Model hubungan variabel akan dianalisis menggunakan persamaan regresi :

$$Y = a + bX$$

di mana :

- Y : Minat Berkunjung Kembali
- a : konstanta
- b : Koefisien regresi
- X : Fasilitas wisata

b. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Rumus untuk mencari nilai t tabel adalah:

$$T \text{ table} = \alpha/2 : n - k - 1$$

Keterangan :

- $\alpha = 0,05$ (5%)
- n = jumlah responden
- k = jumlah variabel bebas

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah berjumlah 70 orang. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran instrumen penelitian yang berupa kuesioner hingga diperoleh karakteristik responden.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Frekuensi	Presentase (%)
Jenis kelamin		
Laki-laki	31	45%
Perempuan	39	55%
Jumlah	70	100%
Kelompok Usia		
<20 tahun	21	30%
21-35 tahun	28	40%
36-45 tahun	14	20%
>45 tahun	7	10%
Jumlah	70	100%
Tingkat Pendidikan		
Lulusan SMA Sederajat	21	30%
Lulusan S1	35	50%
Lulusan Pascasarjana	14	20%
Jumlah	70	100%
Frekuensi Kunjungan		
Setiap Bulan	35	50%
Setiap 2 minggu	21	30%
Setiap minggu	14	20%
Jumlah	70	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Dari data dalam tabel di atas diketahui responden penelitian ini lebih banyak adalah perempuan yaitu sebanyak 39 orang (55%), yang berada pada kelompok usia muda sampai dengan 35 tahun sebanyak 49 orang (70%). Umumnya responden memiliki pendidikan terakhir yang cukup, yaitu sekurang-kurangnya lulusan SMA sederajat. Responden umumnya memiliki frekuensi berkunjung yang cukup sering yaitu antara 2 minggu sekali sampai dengan setiap bulan, yang berjumlah 56 orang (80%).

4.2. Deskripsi Variabel

Gambaran dari masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu variabel fasilitas dan kepuasan wisatawan dilakukan dengan *statistic deskriptif presentase*. Nilai rata-rata skor jawaban responden yang akan digunakan untuk memberikan gambaran tersebut. Rentang skor yang digunakan untuk menginterpretasi jawaban akhir didasarkan pada rumus rentang skor (Umar, 2002) sebagai berikut:

$$RS = \frac{(m - n)}{b}$$

Keterangan :

RS	=	Rentang Skor
m	=	Skor tertinggi
n	=	Skor terendah
b	=	Jumlah kelas

Jadi rentang skor yang akan digunakan untuk menginterpretasikan jawaban responden untuk tiap indikator, pernyataan, maupun variabel adalah sebagai berikut :

- 1) 1,00 - 1,80 = Sangat Tidak Setuju
- 2) 1,81 - 2,60 = Tidak Setuju
- 3) 2,61 - 3,40 = Netral
- 4) 3,41 - 4,20 = Setuju
- 5) 4,21 - 5,00 = Sangat Setuju

Data hasil penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas yaitu fasilitas wisata (X) dan satu variabel terikat yaitu minat berkunjung kembali (Y). Deskripsi variabel ini bertujuan untuk mengetahui gambaran jawaban responden terhadap variabel yang diukur dengan nilai persentasi.

a. Variabel fasilitas wisata (X)

Variabel fasilitas wisata dalam penelitian ini diukur menggunakan 12 pernyataan yang disebarakan ke 70 responden di pantai hunimua. Tanggapan responden untuk indikator variabel fasilitas wisata dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Variabel Fasilitas Wisata (X)

No	Pernyataan	Nilai rata – rata	Interprestasi
Pertimbangan/Perencanaan Spasial			
1	Arsitektur bangunan di pantai Hunimua menarik bagi saya	3,23	Netral
2	Di pantai Hunimua terdapat tempat pelayanan yang dapat dimanfaatkan oleh saya	3,09	Netral
3	Fasilitas yang terdapat di pantai Hunimua disediakan sesuai fungsinya bagi saya	3,24	Netral
Nilai Rata-rata		3,19	Netral
Perencanaan Ruang			
1	Letak fasilitas di pantai Hunimua mudah diakses	3,13	Netral
2	Saya merasa terbantu dengan adanya fasilitas di pantai Hunimua	3,00	Netral
3	Fasilitas di pantai Hunimua tersedia secara memadai	3,36	Netral
Nilai Rata-rata		3,16	Netral
Perlengkapan dan perabotan			
1	Di setiap fasilitas yang ada di pantai Hunimua tersedia perlengkapan yang menunjang fungsinya	3,04	Netral
2	Saya dapat menggunakan perlengkapan yang tersedia dengan mudah	3,29	Netral
3	Saya tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk bisa menggunakan perlengkapan yang disediakan di pantai hunimua	3,16	Netral
Nilai Rata-rata Indikator		3,16	Netral
Fasilitas Penunjang			
1	Fasilitas penunjang yang disediakan terjaga kebersihannya	3,21	Netral

2	Fasilitas penunjang yang tersedia di pantai hunimua cukup lengkap	3,23	Netral
3	Saya dengan mudah dapat memanfaatkan fasilitas penunjang yang tersedia	3,24	Netral
Nilai Rata-rata		3,23	Netral
Nilai rata-rata variabel (X)		3,18	Netral

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Data dalam tabel 2 menunjukkan nilai rata-rata untuk variabel fasilitas wisata sebesar 3,18 yang berarti bahwa secara rata-rata menunjukkan fasilitas wisata Pantai Hunimua termasuk dalam rentang skala Netral. Untuk indikator pertimbangan/perencanaan special yaitu arsitektur, tempat pelayanan pengunjung dan fasilitas yang disediakan, menunjukkan nilai rata-rata untuk indikator ini sebesar 3,18, maka indikator ini termasuk katagori rentang skala Netral. Untuk indikator perencanaan ruang yaitu fasilitas dipantai mudah di akses dan fasilitas tersedia, menunjukkan nilai rata-rata untuk indikator ini sebesar 3,16, maka indikator ini termasuk katagori rentang skala Netral. Untuk indikator perlengkapan dan perabotan yaitu pelengkapn di Pantai sesuai fungsinya, perlengkapan tersedia dan pengunjung tidak perlu mengeluarkan biaya untuk menggunakan perlengkapan yang ada, menunjukkan nilai rata-rata untuk indikator ini sebesar 3,16, maka indikator ini termasuk katagori rentang skala Netral. Untuk indikator Fasilitas penunjang yaitu fasilitas dan perlengkapan terjaga kebersihannya dan lengkap fasilitas yang ada, menunjukkan nilai rata-rata untuk indikator ini sebesar 3,23, maka indikator ini termasuk katagori rentang skala Netral.

b. Variabel Minat Berkunjung Kembali (Y)

Variabel minat berkunjung kembali dalam penelitian ini diukur menggunakan 10 pernyataan yang disebarkan ke 70 responden di pantai Hunimua. Tanggapan responden untuk indikator variabel minat pengunjung dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3. Variabel Minat Berkunjung Kembali (Y)

No	Pernyataan	Rata – rata	Interprestasi
Rencana			
1	Saya akan berkunjung kembali ke pantai Hunimua	3,34	Netral
2	Saya akan mengajak orang terdekat untuk berkunjung kembali ke pantai Hunimua	3,14	Netral
3	Saya akan datang kembali ke pantai Hunimua dalam waktu dekat ini	3,34	Netral
Nilai Rata-rata		3.28	Netral
Minat Referensi			
1	Saya mendapatkan informasi yang cukup memadai tentang wisata pantai hunimua	3,36	Netral
2	Saya tertarik untuk berkunjung kembali ke pantai Hunimua karena keindahan alamnya	3,11	Netral
3	Saya tertarik untuk berkunjung kembali ke pantai Hunimua karena lokasinya mudah dijangkau	3,51	Netral
4	Saya tertarik untuk berkunjung kembali ke pantai Hunimua karena kenyamanan di sana	2,81	Netral
Nilai Rata-rata		3,20	Netral
Preferensial			
1	Saya akan memberitahu tentang pantai Hunimua kepada orang lain yang akan berwisata ke Pantai	3,07	Netral
2	Saya akan membagikan keindahan pantai hunimua melalui akun media social	3,20	Netral
3	Saya akan menceritakan tentang pantai Hunimua kepada orang terdekat saya	3,07	Netral
Nilai Rata-rata		3,11	Netral
Nilai rata-rata variabel (Y)		3,20	Netral

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Data dalam tabel 3 menunjukkan bahwa nilai rata-rata untuk variabel berkunjung kembali adalah sebesar 3,20 yang berarti bahwa secara rata-rata menunjukkan indikator berkunjung kembali di Pantai Hunimua termasuk dalam rentang skala Netral. Untuk indikator rencana yaitu berkunjung kembali dan mengajak lain berkunjung ke Pantai Hunimua, menunjukkan nilai rata-rata untuk indikator ini sebesar 3,28, maka indikator ini termasuk katagori rentang skala Netral. Untuk indikator minat referensi yaitu infomasi yang cukup tentang Pantai Hunimua misalnya keindahan, lokasi mudah dijangkau dan kenyamanan saat di Pantai, menunjukkan nilai rata-rata untuk indikator ini sebesar 3,20, maka indikator ini termasuk katagori rentang skala Netral. Untuk indikator preferensi yaitu memebritahuakan keindahan Pantai kepada orang lain, memposting keindahan Pantai hunimau di media sosial dan saya menceritakan keindahan Pantai Hunimua kepada orang lain, menunjukkan nilai rata-rata untuk indikator ini sebesar 3,11, maka indikator ini termasuk katagori rentang skala Netral.

c. Hasil Pengujian Hipotesis

Uji t statistik digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh satu variabel independen (fasilitas wisata) terhadap variabel dependen (minat berkunjung kembali). Hasil dari pengolahan data adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Signifikasi

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	7.205	2.463		2.926	.005
	Fasilitas Wisata X	.645	.065	.768	9.903	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali Y

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4 dari hasil uji t diketahui bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan. Terhadap minat berkunjung kembali satu ini menghasilkan nilai t-hit sebesar 9,903 dengan probabilitas 0,000 atau (p<0,05). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian melalui analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa fasilitas wisata sangat berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Hal ini dapat dilihat dari persamaan hasil regresi berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7,205 + 0,645X$$

di mana:

a = 7,205 menunjukkan Fasilitas Wisata bila fasilitas diabaikan.

b = 0,645 artinya jika Minat Berkunjung Kembali mengalami peningkatan sebesar 1, maka nilai Fasilitas Wisata akan bertambah secara proporsional 0,645.

Hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Pengujian hipotesis ini menghasilkan nilai t-hit sebesar 9,903> dari t tabel 1,667 dengan probabilitas 0,002 atau <0,05 sehingga pengujian hipotesis dalam penelitian ini diterima.

d. Pembahasan

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung kembali pada pantai Hunimua. Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung Kembali ke pantai wisata Hunimua, kabupaten Maluku Tengah.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis mengemukakan saran yang berkaitan dengan fasilitas wisata dan minat berkunjung kembali di Pantai Hunimua adalah:

1. Perlu dilakukan pemeliharaan dan peningkatan fasilitas di pantai Hunimua agar dapat mendukung aktivitas wisata yang dilakukan para pengunjung.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan memasukkan variabel lain di luar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini, antara lain daya tarik atraksi wisata, dan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.

- Chi, C. G., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624-636.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1998). *Tourism: Principles and Practice*. London: Longman.
- Gunn, C. A. (1988). *Tourism Planning*. New York: Taylor & Francis.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism* (3rd ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Pizam, A., & Ellis, T. (1999). Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(7), 326-339.
- Soekadijo, R. G. (2000). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.