MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 15 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, AMENITAS PARIWISATA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN DI KEPULAUAN KEI, KABUPATEN MALUKU TENGGARA

Yosep F. Maskim[1], Achmad Yanu Alif Fianto[2]
Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
maskimyosep@gmail.com[1], achmadyanu@untag-sby.ac.id[2],

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the influence of tourist attraction on tourist revisit interest on Ngurbloat beach, (2) the influence of tourism amenity on tourist revisit interest on Ngurbloat beach, (3) the influence of service quality on tourist revisit interest on Ngurbloat beach, and (4) the influence of the influence of tourist attraction, tourism amenity, and service quality on tourist revisit interest on Ngurbloat beach. This study uses quantitative research methods, the population of this study are tourists who have visited Ngurbloat Beach. The sampling technique used Accidental Sampling, the sample size was 100 tourists, the data analysis used in this study was the correlation coefficient, the coefficient of determination, multiple linear regression. The findings in this study indicate that Tourism Attraction (X1) and Service Quality (X3) have a positive and significant effect on tourists' Revisit Interest (Y). Tourism amenity (X2) has no positive and significant effect on the Interest in Revisiting (Y) tourists on ngurbloat beach.

Keywords: *Tourism Attractions, Tourism Amenities, Service Quality, and Interest in Revisiting.*

Article history
Received: Maret 2025
Reviewed: Maret 2025
Published: Maret 2025
Plagirism checker no 80
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.365
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di pantai ngurbloat, (2) pengaruh amenitas pariwisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di pantai ngurbloat ,(3) pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di pantai ngurbloat, dan (4) pengaruh pengaruh daya tarik wisata, amenitas pariwisata, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di pantai ngurbloat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif

populasi penelitian ini adalah wisatawan yang pernah mengunjungi Pantai Ngurbloat. Teknik pengambilan sampel menggunakan Accidental Sampling, jumlah sampel sebanyak 100 wisatawan, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linear berganda. Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukan bahwa Daya Tarik Wisata (X1) dan Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) wisatawan. Amenitas pariwisata (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) wisatawan di pantai ngurbloat

Kata Kunci : Daya Tarik Wisata, Amenitas Pariwisata, Kualitas Pelayanan, dan Minat Berkunjung Kembali.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara. Sektor migas mempunyai potensi yang besar dan memberikan dampak yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi, namun pertumbuhannya saat ini sangat lambat. Sektor pariwisata Indonesia masih mempunyai potensi untuk dikembangkan lebih optimal. Jika industri pariwisata berkembang maka wisatawan dalam dan luar negeri akan berkunjung ke Indonesia dan mengeluarkan uangnya untuk kegiatan pariwisata. Berdasarkan transaksi tersebut, taraf hidup penduduk lokal di destinasi wisata akan meningkat, negara akan menerima mata uang asing dari wisatawan asing, dan wisatawan akan menukarkan mata uang lokal ke rupee. Karena banyaknya wisatawan yang ingin mengunjungi berbagai tempat wisata, maka industri pariwisata dapat Membawa manfaat dan keuntungan bagi sebagian besar masyarakat.

Sektor pariwisata menciptakan efek berganda, secara langsung melalui penyerapan tenaga kerja ke sektor pariwisata dan secara tidak langsung melalui pengembangan kegiatan ekonomi seperti akomodasi, restoran, dan layanan transportasi. Pariwisata adalah salah satu sektor terpenting bagi India. Pemerintah ingin mendapatkan mata uang asing. Menurut Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan BAB II Pasal 4, pariwisata bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan taraf hidup masyarakat, menghilangkan kelaparan dan mengurangi kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan hidup, dan sumber daya.

Amenitas pariwisata merupakan bagian utama dari industri ini dan memainkan peran penting dalam meningkatkan pengalaman wisatawan saat mengunjungi suatu destinasi. Ketersediaan fasilitas yang memadai seperti akomodasi, restoran, transportasi, fasilitas umum,

dan tempat wisata tambahan menentukan seberapa nyaman dan menarik suatu tempat bagi pengunjung. Fasilitas yang baik akan meningkatkan citra suatu destinasi di mata wisatawan domestik dan internasional. Oleh karena itu, semakin tinggi kualitas dan variasi fasilitas yang tersedia, semakin besar kemungkinan suatu destinasi menarik dan mempertahankan wisatawan.

Selain amenitas pariwisata, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang dapat berkontribusi terhadap pengembangan lebih lanjut destinasi wisata, yang merupakan faktor pendukung pengembangan kawasan wisata. Kualitas Pelayanan dapat berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan Arianto (2018:83). Wisatawan yang puas tidak hanya akan kembali lagi, tetapi juga merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

Ada beberapa tempat wisata di Kepulauan Maluku. Salah satunya adalah Maluku Tenggara, salah satu provinsi di Kepulauan Maluku, yang terkenal dengan potensi alamnya berupa pantai-pantai yang indah, adat istiadat, situs-situs bersejarah, serta destinasi wisata alam yang terbentuk oleh alam. Ini telah menjadi salah satu objek wisata. Kami mengajak wisatawan untuk mengunjungi Kepulauan Kei, Kabupaten Maluku Tenggara. Kepulauan Kei memiliki banyak sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan penduduknya, salah satunya adalah sektor pariwisata. Kepulauan Kei memiliki banyak tempat wisata menarik seperti seperti Gua Hawang, Pantai Ngurtafur, Pantai Ngurbloat, Pulau Bair, Ngur Vat Namsir Ohoi Wab, Pantai Ohoidertawun, Pantai Elaar Ngursoin. Salah satu objek wisata potensial di Kepulauan Kei adalah Pantai Ngurbloat.

Pantai Ngurbloat atau sering disebut dengan “Pantai Pasir Panjang” merupakan sebuah pantai yang berada di desa Ngilngof, sekitar 17 kilometer dari kota Langgur. Pantai ini menawarkan keindahan yang luar biasa dan alami yaitu deburan air lautnya yang super jernih dan berwarna biru muda dan yang membuat tempat ini sangat terkenal di kalangan masyarakat yaitu pasir pantainya yang halus seperti butiran tepung dan pantainya yang indah. pasir terbaik di dunia yang dinobatkan oleh National Geographic pada tahun 2014.

Pantai Ngurbloat, yang dikenal dengan keindahan daya tarik wisata berupa pasir putih halus dan panorama alam yang memukau, memiliki potensi besar untuk menarik minat wisatawan. Daya tarik alam ini menjadi salah satu modal utama dalam pengembangan pariwisata di kawasan tersebut. Namun, potensi ini harus diimbangi dengan penyediaan amenitas pariwisata yang memadai agar pengalaman wisatawan selama berkunjung lebih nyaman dan berkesan. Ketersediaan amenitas yang baik, seperti fasilitas akomodasi, restoran, area parkir, kamar mandi umum, hingga akses transportasi yang memadai, sangat penting untuk menunjang daya tarik Pantai Ngurbloat. Amenitas yang berkualitas akan meningkatkan kenyamanan wisatawan, memperpanjang durasi kunjungan, dan mendorong mereka untuk kembali di masa depan. Oleh karena itu, pengembangan amenitas pariwisata di sekitar Pantai Ngurbloat harus menjadi prioritas, agar keindahan pantai ini dapat diakses dengan mudah dan dinikmati secara optimal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Keterlibatan

masyarakat lokal dalam pengelolaan amenitas juga menjadi faktor penting. Dengan demikian, pengembangan amenitas tidak hanya akan meningkatkan kualitas destinasi wisata, tetapi juga memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal.

Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh berbagai pihak yang terlibat dalam industri pariwisata, seperti pengelola objek wisata, penginapan, dan fasilitas pendukung lainnya, juga memainkan peran penting. Pelayanan yang profesional, ramah, dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan akan meningkatkan kepuasan mereka selama berkunjung. Kualitas pelayanan ini meliputi kebersihan, keamanan, kenyamanan fasilitas, serta sikap ramah dari petugas yang melayani wisatawan. Pengalaman berwisata yang memuaskan akan mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Oleh karena itu, sinergi antara daya tarik wisata, Amenitas Pariwisata yang memadai, dan kualitas pelayanan yang prima menjadi faktor krusial dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Ngurbloat dan mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

Manajemen Pemasaran

Istilah "manajemen" berasal dari kata kerja "to manage" yang berarti tindakan pengaturan. Sering disebut sebagai seni mengatur, mengendalikan, mengomunikasikan, dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia dalam suatu organisasi secara efektif untuk mencapai tujuan, manajemen mencakup berbagai interpretasi oleh para ahli, yang semuanya mengarah pada tujuan yang sama.

Perilaku Konsumen

Berdasarkan penafsiran Hasan (2013:161) Perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, idea, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali merupakan perilaku wisatawan dimana wisatawan merespon secara positif terhadap daerah wisata yang pernah dikunjunginya sehingga mendorong untuk kunjungan selanjutnya menurut Zhan Wu et al. (2017). Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Utama (2017:207), indikator Minat Berkunjung kembali sebagai berikut :

1. Adanya keinginan untuk berkunjung kembali ke destinasi tersebut.
2. Rela menceritakan kepuasan nya terhadap destinasi tersebut kepada orang lain
3. Bersedia merekomendasikan/mengarahkan kepada calon pengunjung lain untuk berkunjung ke destinasi.
4. Pengunjung memberikan nilai reputasi yang positif kepada destinasi
5. Selalu melakukan hubungan sosial yang harmonis dengan pihak pengelola destinasi wisata.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 15 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

6. Pengunjung berkeinginan untuk memberikan masukan demi perbaikan destinasi wisata di masa depan.

Daya Tarik Wisata

Daya tarik merupakan segala sesuatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan. Daya tarik merupakan salah satu faktor yang memotivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan pada sebuah objek wisata. Sehingga daya tarik memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih objek wisata yang akan dikunjungi (Pratama, 2021).

Menurut Eddyono 2021 dalam (Anam et al., 2021)Indikator daya tarik objek wisata meliputi:

a. keunikan objek wisata,
b. pemandangan,
c. keamanan yang diberikan,
d. keindahan alam yang tersaji,
e. kualitas kunjungan, dan
f. tingkat pelayanan.

Amenitas Pariwisata

Amenitas Pariwisata merupakan fasilitas dan service untuk wisatawan yang berkunjung di suatu destinasi ataupun objek wisata seperti menyediakan makan dan minum, hiburan dan pelayanan lainnya menurut cooper dalam Adiati dan Basalamah (2014). Menurut Rossadi dan Widayati (2018) dalam penelitiannya tentang Amenitas dimana menggunakan indikator yaitu:

1) Akomodasi merupakan kemudahan pendapat/ ada tempat penginapan yang layak bersih dan ramah/menyenangkan.
2) Restoran yaitu tempat berbagai macam kuliner yang ada di destinasi wisata. Dimana ada berbagai macam ciri khas makanan.
3) Toilet Umum yaitu: sarana atau prasarana yang disediakan oleh masyarakat lokal
4) Rest Area merupakan panorama yang ada dekat dengan objek wisata.
5) Souvenir shop merupakan cinderamata dari objek wisata yang merupakan oleh-oleh
6) Tempat Parkir merupakan sarana prasarana yang digunakan oleh wisatawan yang datang berkunjung pada estimasi tersebut.
7) Tempat ibadah merupakan salah satu pendukung fasilitas bagi wisatawan yang datang dari berbagai suku dan kepercayaan agama masing-masing.

Kualitas Pelayanan

Pengertian Kualitas Pelayanan Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 15 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Fitzsimmons dalam Zaenal Mukarom dan Muhibudin (2015:108) mengemukakan lima indikator Kualitas Pelayanan yaitu :

1. Reliability (Reliabilitas) yang ditandai dengan pemberian Kualitas Pelayanan yang tepat dan benar.
2. Tangibles (Bukti Fisik) yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.
3. Responsiveness (Daya Tanggap) ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.
4. Assurance (Jaminan) yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan Kualitas Pelayanan.
5. Empathy (Empati) yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variable dengan angka-angka sehingga dilakukan analisis data pada penelitian ini. Unit analisis pada hal ini adalah wisatawan yang berkunjung di pantai ngurbloat. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi Pantai Ngurbloat sebanyak 126.521 Wisatawan. Dalam menentukan sampel yang akan diambil, penelitian ini menggunakan rumus analisa slovin dengan jumlah 100 responden. Analisis yang digunakan mencakup uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis dengan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 27.

HASIL PENELITIAN

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan salah satu karakteristik penting yang menentukan kualitas dalam penelitian dan pengukuran, serta memastikan keandalan dan kegunaan data. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah perbandingan antara nilai r_hitung dan r_tabel, dengan derajat kebebasan (df) dihitung sebagai n-2, pada tingkat signifikansi alpha sebesar 0,05, yang memiliki nilai 0,361. Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa semua indikator dari setiap variabel, termasuk Daya Tarik Wisata, Amenitas Pariwisata, Kualitas Pelayanan dan Minat Berkunjung Kembali menunjukkan nilai r_hitung yang lebih besar daripada nilai r_tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan adalah valid.

2) Uji Reliabilitas

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 15 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Variabel Penelitian	*Cronbach's Alpha*	Nilai Krisis	Kesimpulan
Daya Tarik Wisata	0,836	0,60	Reliabel
Amenitas Pariwisata	0,771	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,925	0,60	Reliabel
Minat Berkunjung Kemballi	0,886	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2024

Hasil pada tabel diatas menunjukan nilai cronbach alpha tiap variabel. Dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai cronbach alpha > 0,60. Maka dapat diambil kesimpulan jika indikator yang dipakai pada setiap variabel yang dipakai dalam penelitian ini Daya Tarik Wisata, Amenitas Pariwisata, Kualitas Pelayanan dan Minat Berkunjung Kembali. Dapat dinyatakan bisa dipercaya sebagai alat ukur.

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	0
	Std. Deviation	1
Most Extreme Differences	Absolute	.133
	Positive	.089
	Negative	-.133
Kolmogorov-Smirnov Z		1.326
Asymp. Sig. (2-tailed)		.059
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. User-Specified		

Sumber: Data primer diolah, 2024

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua variable penelitian mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,059, dengan demikian disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 15 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Variabel	*Tolrance*	VIF	Kesimpulan
Daya Tarik Wisata	0,632	1.583	Non Multikolinearitas
Amenitas Pariwisata	0,637	1.571	Non Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	0,500	2000	Non Multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2024

Dari tabel di atas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi > 0,1 dan nilai VIF < 10, dengan demikian disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

d. Variabel	Sig.	Kesimpulan
Daya Tarik Wisata	0,182	Non Heteroskedastisitas
Amenitas Pariwisata	0,473	Non Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,286	Non Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2024

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dengan demikian disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

e. Uji Koefisien Korelasi

Nilai koefisien korelasi antara Daya Tarik Wisata dan Minat Berkujung Kembali sebesar 0,705 pada nilai pedoman interprestasi koefisien korelasi berada di rentang 0,60-0,799, maka diketahui bahwa hubungan variabel Daya Tarik Wisata (X1), dengan Minat Berkunjung Kembali (Y) termasuk pada tingkat hubungan yang Kuat, selanjutnya Amenitas Pariwisata (X2) dan Minat Berkunjung Kembali (Y) adalah sebesar 0,517 sehingga termasuk pada tingkat hubungan yang sedang, kemudian Kualitas Pelayanan (X3) dan Minat Berkunjung Kembali (Y) adalah sebesar 0,680 sehingga termasuk pada tingkat hubungan yang kuat.

Analsisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 15 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

1	(Constant)	4.322	1.112		3.888	.000
	DAYA TARIK WISATA	.545	.040	.548	13.692	.000
	AMENITAS PARAWISATA	.141	.038	.149	3.730	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.246	.027	.410	9.109	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG KEMBALI

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat Nilai konstanta (nilai α) sebesar 4.322 Daya tarik Wisata (nilai β) sebesar 0.545, Amenitas Pariwisata (Nilai β) sebesar 0.141 , Dan Kualitas Pelayanan (Nilai β) 0.246. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$\mathbf{Y= 4.322+ 0.545X_1 + 0.141\ X_2 + 0.246X_3}$$

- β1: (nilai Koefisien regresi X1) sebesar 0,545 menunjukan bahwa variabel Daya Tarik Wisata mempunyai pengaruh yang positif terhadap Minat Berkunjung Kembali, dengan kata lain peningkatan daya tarik wisata akan meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Pantai Ngurbloat.
- β2: (Nilai Koefisien Regresi X2) sebesar 0.141 menunjukan bahwa variabel Daya Tarik Wisata mempunyai pengaruh positif terhadap Minat Berkunjung Kembali, dengan kata lain peningkatan Amenitas Parawisata akan meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Pantai Ngurbloat.
- β3: (Nilai Koefisien Regresi X3) sebesar 0,246 menunjukan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Terhadap Minat berkunjung kembali, artinya peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke Pantai Ngurbloat

1. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.322	1.112		3.888	.000
	DAYA TARIK WISATA	.545	.040	.548	13.692	.000
	AMENITAS PARAWISATA	.141	.038	.149	3.730	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.246	.027	.410	9.109	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG KEMBALI

Sumber: Data primer diolah, 2024

a. Pengujian Hipotesis Pertama

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 15 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Diketahui nilai sig pada tabel adalah <0,05 yaitu 0,000 dan t hitung 13.692 > t tabel 1,661. Maka dapat disimpulkan, H1: Daya Tarik Wisata (X1) berpengaruh positif terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

b. Pengujian Hipotesis Kedua
Diketahui nilai sig pada tabel adalah <0,05 yaitu 0,000 dan t hitung 3.730 > t tabel 1,661. Maka dapat disimpulkan, H2: Amenitas Pariwisata (X2) memiliki pengaruh Positif terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

c. Pengujian Hipotesis Ketiga
Diketahui nilai sig pada tabel adalah <0,05 yaitu 0,000 dan t hitung 9.109 > t tabel 1,661. Maka dapat disimpulkan, H3: Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

b. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	346.786	3	115.595	297.413	.000[b]
	Residual	37.312	96	.389		
	Total	384.098	99			

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG KEMBALI

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, AMENITAS PARAWISATA, DAYA TARIK WISATA

Sumber: Data primer diolah, 2024

Pada tabel ini dikaetahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai f hitung 297.413 > 2,70. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel-variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950[a]	.903	.900	.623

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, AMENITAS PARAWISATA, DAYA TARIK WISATA

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah 0,903 sama dengan 90,3% artinya besarnya pengaruh variabel Daya Tarik Wisata (X1) , Amenitas

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 15 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Pariwisata (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Minat Berkunjung Kembali adalah sebesar 90,3% dan sisanya 9,7% dipengaruhi oleh Variabel lain selain variabel dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata, amenitas pariwisata, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Pantai Ngurbloat, Kepulauan Kei.

1. Daya Tarik Wisata
    - t-hitung: 13.692 > t-tabel: 1.661
    - Sig.: 0.000 < 0.05
    - Koefisien regresi: 0.545
    - Daya tarik destinasi menjadi faktor utama yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung kembali (Basiya & Rozak, 2012).
2. Amenitas Pariwisata
    - t-hitung: 3.730 > t-tabel: 1.661
    - Sig.: 0.000 < 0.05
    - Koefisien regresi: 0.141
    - Amenitas (akomodasi, restoran, transportasi) berperan penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang nyaman (Mares Nico Rahanra, 2022).
3. Kualitas Pelayanan
    - t-hitung: 9.109 > t-tabel: 1.661
    - Sig.: 0.000 < 0.05
    - Koefisien regresi: 0.246
    - Kualitas pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan dan mendorong wisatawan untuk kembali (Rukuiziene, 2009).

Secara simultan, ketiga variabel ini berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang dengan nilai F-hitung 297.413 dan sig. < 0.001. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Widjianto (2019), Rahanra (2022), dan Siburian (2024), yang menyimpulkan bahwa daya tarik, amenitas, dan kualitas pelayanan berkontribusi besar terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Daya Tarik Wisata, Amenitas Pariwisata, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali*, ditemukan hasil sebagai berikut:

1. Hasil pada variabel Daya tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Berkunjung Kembali. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebsesar 13. 692 > t tabel; nilai signifikansi 0.000 yang artinya <0,05; dan koefisien regresi linear berganda sebesar 0.545

2. Hasil pada variabel Amenitas Pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunujung Kembali. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3.730 > t tabel; nilai signifikansi 0,000 yang artinya <0,05; koefisien regresi linear berganda sebesar 0,141
3. Hasil pada variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bekunjung kembali. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 9.109 > t tabel; nilai signifikansi sebesar 0,000 <0,05; koefisien regresi linear berganda sebesar 0,246.

Hasil pada variabel Daya Tarik Wisata, Amenitas Pariwisata, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat Berkunjung Kembali. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung 40.713 yang artinya >3,09; nilai Signifikansi sebesar <0,001 yang artinya <0,05

DAFTAR PUSTAKA

Alfitriani, A., Putri, W. A., & Ummasyroh, U. (2021). Pengaruh Komponen 4a Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, *1*(2), 66-77.

Alvianna, S., & Alviandra, R. (2020, December). Pengaruh Destinasi Wisata Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Kampung Wisata Topeng Malang. In *Seminar Nasional Kepariwisataan* (Vol. 1, No. 1).

Badan Pusat Statistik Kabupaten Maluku Tenggara. (N.D.). Penyedia Data Statistik Berkualitas Untuk Indonesia Maju. Retrieved From Https://Malukutenggarakab.Bps.Go.Id/Id

Bakri, A. A. M., Ahri, R. A., & Batara, A. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pasien Melalui Kepuasan Pasien Rawat Inap. *Journal Of Muslim Community Health*, *3*(4), 1-15.

Dita, R. F., & Zaini, M. (2022). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Di Pulau Kumala Kabupaten Kutai Kartanegara. *Etnik: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, *1*(4), 271-282.

Faturrahman, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Dan Promosi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai. *Mamen: Jurnal Manajemen*, *3*(1), 68-75.

Firmansyah, A. (2024). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Segmenting, Targeting, Dan Positioning Pada Persewaan Kostum Cosplay Andrecosrent Di Kota Malang* (Doctoral Dissertation, Stie Malangkucecwara).

Futrell, G. D. (2022). Defining Health Care Marketing: A Review Of Scholarly And Other Textual Sources. *Journal Of Applied Marketing Theory*, *9*(1), 6.

Ginting, F. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday* (Doctoral Dissertation, Universitas Quality Berastagi).

Hermawan, H., Wijayanti, A., Nurfitriana, C. N., Saputra, A. D., & Sinangjoyo, N. J. (2022). The Significance Of Tourism Attraction And Social Media Promotion On The Interest Of Return Visit. Tourism And Hospitality International Journal, 18(1), 60-83.

Kurniawan, A. E., Purwanto, H., & Asmike, M. (2022, October). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan. In *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* (Vol. 4).

Khafidin, K. (2020). Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*.

Kotler, Phillip Dan Gary Armstrong. 2016. Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Phillip Dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: Pt. Indeks.

Mau, Y. P. (2022, September). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi Ke Ecomangrove Kedonganan Badung_Bali. In *Seminar Nasional Kepariwisataan (Senorita)# 3 2022*.

Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(2), 716-727.

Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, *6*(2), 191-200.

Ngajow, M. T., Tawas, H. N., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Objek Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang, Dengan Pandemi Covid 19 Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *9*(2).

Nurchomariyah, U., & Liliyan, A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Ponggok. Jurnal Pijar, 1(3), 342-355.

Pratama, A. (2024). *Analisis Kebutuhan Pelatihan Karyawan Pada Koperasi Abdi Karya Tanjungpinang* (Doctoral Dissertation, Stie Pembangunan Tanjungpinang).

Rokhayah, E. G., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata, 2(1), 10-18.

Sandi, S. (2021). *Pengaruh Display Produk, Diskon Harga, Dan Bundling Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Alfamart Sunter Jaya, Jakarta Utara* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

Sinaga, D. R. S. (2020). Pengaruh Aksesibilitas Dan Daya Tarik Terhadap Loyalitas Wisata Dengan Amenitas Sebagai Variabel Intervening Pada Destinasi Wisata Tuk-Tuk Siadong Kabupaten Samosir.

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*, *3*(6), 592-605.

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, 1(1), 36-46.

Suharto, 2016. Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial Dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan. Jurnal Derivatif Vol.10 No.1. Hal: 26-44

Umur, S. A., Prihatini, A. E., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Destinasi Pariwisata. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *11*(4), 641-650.

Varisa, R. T. (2020). *Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Kepuasan Generasi Millenial Berkunjung Ke Tempat Wisata Pantai Air Manis Padang* (Doctoral Dissertation, Universitas Andalas).

Widjianto, T. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, *53*(9), 1689-1699.

Wicaksono, S. Y., & Mashariono, M. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanaan Terhadap Keputusan Pembelian Tiki Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, *9*(7).

Yaqin, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Amenitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Jawa Tengah Ranggawarsita. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, *16*(2), 148-158.

Zuhriah, I. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Patalo, R. G., & Widiawati, D. (2022). Dampak Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. *Jurnal Tesla: Perhptelan-Destinasi Wisata-Perjalanan Wisata*, *2*(1), 1-11.