



Pengaruh Destination Image dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Pantai Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas Kabupaten Pasaman Barat

Muhammad Alfarisyi^{1*}, Hijriyantomi Suyuthie²

¹⁻²Universitas Negeri Padang, Indonesia

muhammadalfarisyi902@gmail.com^{1*}, hsuyuthie@fpp.unp.ac.id²

Alamat: Jalan Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Padang, Sumatera Barat

Korespondensi Penulis: muhammadalfarisyi902@gmail.com*

Abstract. This research is motivated by the identification of issues related to destination image, tourism facilities, and revisit intention. The study employs a quantitative method, specifically a causal associative approach. The data used in this research are primary data. The population consists of individuals who have visited the Pantai Air Bangis tourist destination in Sungai Beremas Subdistrict, West Pasaman Regency. The sample size is 244 respondents, selected through non-probability sampling. Data collection was carried out using questionnaires based on a Likert scale, with validity and reliability tests conducted. The data were analyzed using SPSS versions 20 and 29. The results indicate that the destination image variable falls into the good category based on statistical calculations, with an average TCR score of 70.7. The tourism facilities variable is also categorized as good, with an average TCR score of 68.5. The revisit intention variable is similarly rated as good, with an average score of 72.7. Therefore, the study concludes that there is a positive and significant influence, leading to the acceptance of hypotheses H1, H2, and H3.

Keywords: Destination image, Tourism facilities, Revisit intention

Abstrak. Penelitian ini dilatar belakangi oleh ditemukannya permasalahan terkait destination image, fasilitas wisata, dan minat berkunjung kembali. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Jenis penelitian ini yaitu asosiatif kausal. Jenis data yang dipakai yaitu data primer. Populasi pada penelitian ini yaitu orang yang pernah berkunjung pada objek wisata pantai air bangis kecamatan sungai beremas, kabupaten pasaman barat. Sampel pada penelitian ini berjumlah 244 responden dengan teknik non probability sampling. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert yang sudah dilakukan pengujian terhadap validitas dan reliabilitasnya. Data penelitian ini diolah menggunakan spss versi 20 dan 29. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan variabel destination image masuk dalam kategori baik berdasarkan perhitungan statistik dengan nilai rata-rata TCR 70,7. Variabel fasilitas wisata masuk dalam kategori baik dengan nilai rata-rata TCR 68,5. Dan variabel minat berkunjung kembali masuk dalam kategori baik dengan nilai rata-rata 72,7. Maka dari itu adanya pengaruh yang positif dan signifikan, maka variabel H1, H2 dan H3 diterima.

Kata kunci : Destination image, Fasilitas wisata, Minat berkunjung kembali

1. LATAR BELAKANG

Pada dasarnya Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki beragam destinasi wisata baik berupa wisata budaya, wisata alam, dan wisata minat khusus lainnya (Priyanto, 2016). Wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan manusia baik perorangan maupun kelompok untuk mengunjungi destinasi tertentu dengan tujuan rekreasi, mempelajari keunikan daerah wisata, pengembangan diri dalam kurun waktu yang singkat dan sementara waktu (Elka, 2020).

Industri pariwisata di Indonesia terus berkembang pesat seiring dengan peningkatan minat wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Berbagai upaya telah dilakukan untuk mempromosikan destinasi wisata Indonesia baik melalui kampanye pemasaran maupun pengembangan infrastruktur pariwisata. Namun, dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, tidak hanya penting untuk menarik perhatian mereka untuk mengunjungi suatu destinasi, tetapi juga untuk mempertahankan minat mereka agar kembali berkunjung di masa mendatang.

Minat berkunjung kembali menunjukkan sejauh mana wisatawan memiliki keinginan untuk mengunjungi kembali suatu destinasi setelah mereka mengalami pengalaman wisata sebelumnya. Hal ini menjadi penting karena peningkatan minat berkunjung kembali dapat membantu menciptakan kestabilan dan keberlanjutan industri pariwisata di Indonesia. Keuntungan dari minat berkunjung kembali di masa yang akan datang memiliki dampak pertumbuhan berkelanjutan pada sektor pariwisata yaitu dengan adanya wisatawan yang datang berkunjung kembali.

Fauziah (2022) menyatakan bahwa minat berkunjung kembali akan dapat mempertahankan wisatawan dengan tetap mengunjungi destinasi tersebut dan menjaganya bahkan menyarakannya kepada orang lain. Hal ini sangat penting karena lebih menguntungkan untuk menarik wisatawan lama daripada menarik wisatawan yang baru. Oleh karena itu *destination image* dan fasilitas wisata berguna mengoptimalkan potensi wisata demi menarik wisatawan untuk berkunjung kembali ke Indonesia.

Dalam meningkatkan minat berkunjung kembali perlu diperhatikan juga fasilitas wisata yang ada di Objek Wisata Pantai Air Bangis. Grafik berikut menunjukkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Air Bangis :

Data Grafik Kunjungan Objek Wisata Pantai Air Bangis 2023



Sumber : Pengelola Objek Wisata Pantai Air Bangis 2024

Destination Image atau Citra destinasi adalah keyakinan atau pengetahuan mengenai suatu destinasi dan perasaan yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata. Ester Apriliyanti et.al., (2020) menyebutkan bahwa citra destinasi memberikan dampak bagi minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke objek wisata tersebut. Seperti halnya pada Objek

Wisata Pantai Air bangis cita destinasi yang menawarkan keindahan dan keasrian alam yang memukau, karena memiliki destinasi yang terkesan *natural* mulai dari pemandangan alam yang indah, iklim yang sejuk sampai ke masyarakatnya yang ramah kepada pengunjung yang datang berkunjung. Tetapi sangat di sayangkan masyarakat Air Bangis belum memperhatikan infrastuktur dengan baik seperti sarana dan prasarana yang akan meningkatkan motivasi wisatawan untuk berkunjung kembali. Semakin bagus *destination image* maka semakin ingin seseorang melakukan kunjungan kembali, Menurut penelitian yang dilakukan Hayati dkk (2016) citra memiliki pengaruh terhadap *revisit intention* (minat berkunjung kembali).

Faktor lain yang mempengaruhi minat berkunjung kembali adalah fasilitas. Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat menunjang keberhasilan suatu usaha (Tanjung et.al, 2022). Tersedianya fasilitas yang memenuhi segala kebutuhan wisatawan sewaktu menikmati destinasi wisata menciptakan nilai tersendiri bagi wisatawan. Fasilitas yang ada pada objek wisata Pantai Air Bangis cukup memadai.

Upaya meningkatkan minat berkunjung kembali perlu memperhatikan fasilitas yang ada pada objek wisata. Fasilitas wisata merupakan semua sarana penunjang wisata yang secara khusus disediakan untuk melayani kegiatan wisata para pengunjung destinasi wisata agar mereka mendapatkan pengalaman yang berkualitas seperti akomodasi, restoran, dan pusat informasi (Nurdin Hidayah, 2019:153).

2. KAJIAN TEORITIS

1. Minat Berkunjung Kembali

Menurut Wang et al. (2016), minat berkunjung kembali didefinisikan sebagai keinginan wisatawan untuk kembali ke tempat wisata yang sama dan dianggap sebagai bentuk ungkapan kesetiaan. Sementara itu, Chang et al. (2014) menyatakan bahwa minat berkunjung kembali adalah evaluasi pribadi seseorang terhadap tindakan atau perilaku tertentu yang mungkin mereka lakukan di masa depan.

2. Destination Image

Menurut Stylos et.al., (2015), *destination image* merupakan rangkaian impresi, gagasan, harapan, dan pikiran emosional yang dimiliki seseorang tentang suatu tujuan tertentu. Sementara Menurut Wibowo et al. (2016), *Destination image* didefinisikan sebagai keputusan perjalanan yang dibuat individu berdasarkan informasi, perasaan, dan persepsi, yang merupakan totalitas pemikiran tentang tujuan berdasarkan pengalaman, dan ini berkaitan dengan tingkat kepuasan pengunjung terhadap destinasi yang mereka kunjungi. Menurut Siti

Lestari et.al., (2022) berpendapat bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.

3. Fasilitas Wisata

Fasilitas Wisata mencakup semua fasilitas yang secara spesifik disediakan untuk mendukung kegiatan wisata para pengunjung di destinasi mereka, dengan tujuan memberikan pengalaman berkualitas. Menurut (Nurdin Hidayah, 2019:153), ini mencakup akomodasi, restoran, dan pusat informasi. Menurut Prasiasa (2013:24) menyatakan bahwa fasilitas wisata merupakan bagian dari destinasi wisata yang dapat menjadi dorongan bagi wisatawan untuk memilih tinggal sementara di destinasi tersebut. Komponen ini bisa berupa akomodasi, restoran, dan layanan informasi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif kuantitatif ini menggunakan pendekatan asosiatif kausal. Pengunjung Objek Wisata Pantai Air Bangis dari Januari hingga Desember 2023 adalah populasi dalam penelitian ini. Data primer adalah jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian persyaratan analisis yang meliputi Uji Normalitas, Uji Homogenitas dan Uji Linearitas, Pengujian hipotesis yaitu Uji Regresi Linear Sederhana.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Statistik Variabel *Destination Image*

TotalDI		
N	Valid	244
	Missing	0
Mean		31.84
Median		32.00
Mode		32
Std. Deviation		5.916
Variance		34.994
Range		31
Minimum		14
Maximum		45
Sum		7768

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden (N) sebanyak 244 menghasilkan mean sebesar 31.84, *standart devitiation* sebesar 5.916, *variance* sebesar 34.994, *range* 31, *minimum* sebesar 14, *maximum* sebesar 45, dan total nilai (*sum*) sebesar 7768.

2. Statistik Variabel Fasilitas Wisata

Statistics		
TotalFW		
N	Valid	244
	Missing	0
Mean		31.16
Median		31.50
Mode		30
Std. Deviation		6.316
Variance		39.893
Range		33
Minimum		12
Maximum		45
Sum		7602

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden (N) sebanyak 244 menghasilkan mean sebesar 31.16, *standart devitiation* sebesar 6.316, *variance* sebesar 39.893, *range* 33, *minimum* sebesar 12, *maximum* sebesar 45, dan total nilai (*sum*) sebesar 7602.

3. Statistik Variabel minat berkunjung kembali

Statistics		
TotalIMBK		
N	Valid	244
	Missing	0
Mean		32.72
Median		34.00
Mode		36
Std. Deviation		6.705
Variance		44.961
Range		31
Minimum		14
Maximum		45
Sum		7983

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden (N) sebanyak 244 menghasilkan mean sebesar 32.72, *standart devitiation* sebesar 6.705, *variance* sebesar 44.961, *range* 31, *minimum* sebesar 14, *maximum* sebesar 45, dan total nilai (*sum*) sebesar 7983.

Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengujian persyaratan analisis yang meliputi Uji Normalitas, Uji Homogenitas dan Uji Linearitas, Pengujian hipotesis yaitu Uji Regresi Linear Sederhana.

Tabel 1. Hasil uji normalitas variabel

		Unstandardized Residual
N		244
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.05331071
Most Extreme Differences	Absolute	.035
	Positive	.035
	Negative	-.032
Test Statistic		.035
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.656
	99% Confidence Interval	Lower Bound .644
	Upper Bound	.668

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan tabel diatas, Dengan nilai Asymp Sig 0,200 dan nilai signifikansi lebih dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel destinasi gambar dan minat berkunjung kembali berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser adalah jika nilai signifikan (Si). Untuk mengetahui apakah ada heteroskedastisitas, model regresi yang baik adalah model yang tidak memiliki heteroskedastisitas. Untuk mengetahui apakah ada heteroskedastisitas, uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 29. Hasil heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	3.470	1.461		2.376	.018
	Destination Image	.506	.071	.447	7.140	<.001
	Fasilitas Wisata	.421	.066	.397	6.345	<.001

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Hasil analisis heteroskedastisitas menggunakan uji glejser tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Sig variabel lingkungan kerja 0,001 lebih besar dari 0,05 dan variabel kompensasi 0,001 lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam variabel gambar destinasi dan fasilitas wisata terkait minat berkunjung kembali.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengevaluasi apakah model regresi menemukan adanya kolerasi antara variabel bebas independen. Menurut model regresi harga, jika tidak

terjadi multikolonieritas, maka tidak ada korelasi antara variabel bebas. Collinearit diagnosis digunakan dalam tes ini, yang dilakukan dengan program SPSS 29.0.2.0. Nilai Tolerance dan Variasi Inflasi Factor (VIF) digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk uji multikolinearitas. Jika nilai Tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00, maka tidak ada multikolinearitas dalam data yang diuji. Hasil uji multikolinearitas ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3.470	1.461		2.376	.018		
	TOTALDI	.506	.071	.447	7.140	<.001	.387	2.581
	TOTALFW	.421	.066	.397	6.345	<.001	.387	2.581

a. Dependent Variable: TOTALMBK

Menurut hasil uji multikolinearitas yang ditunjukkan pada tabel di atas, model regresi untuk pengaruh gambar destinasi dan fasilitas wisata terhadap minat berkunjung kembali dapat disimpulkan. Nilai toleransi untuk masing-masing variabel adalah 0,387 kurang dari 0,10; untuk variabel fasilitas wisata, nilai toleransi adalah 0,387 kurang dari 10, dan untuk variabel minat berkunjung kembali, nilai retensi toleransi dan VIF adalah 2.581 kurang dari 10.

Pengujian Hipotesis

Tabel 4. Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.632	4.07009

a. Predictors: (Constant), Fasilitas wisata, Destinaton image

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,632, yang menunjukkan pengaruh variabel destinasi gambar (X1) dan fasilitas wisata (X2) terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y) sebesar 63,2%. Selain itu, faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini memberikan pengaruh sebesar 36,8%. Berikut ini adalah tabel uji regresi linear berganda:

Tabel 5. Analisis Regresi Linear Berganda

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6933.161	2	3466.581	209.263	.000 ^b
	Residual	3992.327	241	16.566		
	Total	10925.488	243			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Fasilitas wisata, Destinaton image

Hasil uji regresi linier di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 209.263 dengan sig. $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa variabel destinasi gambar (X1) dan fasilitas wisata (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y). Untuk mengetahui besar koefisien regresi antara variabel destinasi gambar (X1) dan fasilitas wisata (X2) terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y), lihat t

Tabel 6. Koefisien Variabel

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.470	1.461		2.376	.018
	Destinaton image	.506	.071	.447	7.140	.000
	Fasilitas wisata	.421	.066	.397	6.345	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas, nilai citra destinasi (X1) memiliki beta atau koefisien standar yaitu 0,447 dengan T hitung (7.140) dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga variabel citra destinasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Y). Sementara itu, nilai hipotesis fasilitas wisata (X2) memiliki beta atau koefisien standar yaitu 0,397 dengan T hitung (6.345) dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga variabel citra destinasi

Pembahasan

Destination Image (X1)

Variabel destinasi gambar secara umum ditemukan berdasarkan hasil pengolahan data dari 244 sampel menggunakan SPSS versi 20. Menunjukkan kategori baik dengan nilai tingkat capaian responden sebesar 70,7. Yang berarti pengunjung dapat merasakan pengalaman yang berkesan, perasaan yang menyenangkan, perasaan yang puas, serta mendapatkan keunikan alam maupun fasilitas yang ditawarkan dan informasi yang didapatkan pada objek wisata Pantai Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas, Kabupaten Pasaman Barat sesuai dengan harapan yang dirasakan saat melakukan kunjungan sehingga pengunjung berniat untuk mengunjungi kembali objek wisata Pantai Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas, Kabupaten Pasaman Barat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa destination image yang ada pada objek wisata pantai air bangis kecamatan sungai beremas kabupaten pasaman barat menjadi faktor pendukung pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali.

Sehingga pengunjung merasa yakin dan percaya bahwa dari citra destinasi pada objek wisata pantai air bangis kecamatan sungai beremas kabupaten pasaman barat dapat memenuhi harapan dan memberikan rasa puas bagi mereka yang menjadikan pengunjung loyal dan memilih untuk berkunjung kembali pada objek wisata pantai air bangis kecamatan sungai beremas, kabupaten pasaman barat dalam jangka waktu yang lama. Lestari et al., (2022) dalam penelitiannya mendapatkan hasil yaitu citra destinasi memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali (*revisit intention*).

Fasilitas Wisata (X2)

Hasil pengolahan data dari 244 sampel dengan SPSS versi 20 menunjukkan bahwa variabel utama adalah fasilitas wisata. Dalam usaha jasa, fasilitas merupakan sarana yang sangat penting. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas wisata menunjukkan tingkat capaian responden kategori baik sebanyak 67,7, indikator kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas termasuk kategori baik sebanyak 67,7, indikator kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan termasuk kategori baik sebanyak 66,8, dan indikator kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawa termasuk kategori baik sebanyak 66,8.

Menurut hasil persentase skor penelitian ini, objek wisata Pantai Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas, Kabupaten Pasaman Barat memiliki fasilitas wisata yang baik secara keseluruhan. Ini menunjukkan bahwa objek wisata Pantai Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas, Kabupaten Pasaman Barat belum memberikan semua fasilitas yang dibutuhkan wisatawan. Hal ini sejalan dengan gagasan Prasiasa (2013: 24), yang menggambarkan fasilitas wisata sebagai "komponen dari suatu destinasi wisata yang dapat memberikan dorongan bagi wisatawan memutuskan untuk tinggal di destinasi tersebut" untuk sementara waktu.

Minat Berkunjung kembali (Y)

Hasil pengolahan data dari 244 sampel dengan SPSS versi 20 menunjukkan bahwa variabel minat berkunjung kembali secara umum menunjukkan kategori baik dengan nilai sebesar 72,7. Hal ini bisa dilihat dari penilaian pengunjung mengenai *visit again* (berkunjung kembali) 73,0, *plan to visit* (rencana untuk mengunjungi) 72,2, dan *wist to visit again* (berharap mengunjungi kembali) 72,8, pengunjung berkringingan untuk kembali datang dikarenakan citra dan keterikatan tempat pada objek wisata Pantai Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas, Kabupaten Pasaman Barat sudah dinilai bagus oleh pengunjung, sehingga mayoritas responden mempunyai keinginan untuk datang kembali, mengajak teman dan saudaranya untuk mengunjungi objek wisata pantai air bangis kecamatan sungai beremas, kabupaten pasaman

barat. Pentingnya minat berkunjung kembali juga ditegaskan oleh Fawziah (2022) dalam penelitiannya dengan menyatakan bahwa revisit intention (minat berkunjung kembali) akan dapat mempertahankan pengunjung dengan tetap mengunjungi destinasi tersebut dan menjaganya bahkan menyarakannya kepada orang lain.

Pengaruh *Destination Image* Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Pantai Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas, Kabupaten Pasaman Barat

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan antara destinasi gambar dan minat berkunjung kembali di objek wisata Pantai Air Bangis di Kecamatan Sungai Beremas, Kabupaten Pasaman Barat. Hasil uji hipotesis menunjukkan persamaan koefisien regresi sebesar 0,506 dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa setiap peningkatan satuan destinasi gambar akan meningkatkan 0,506 satuan minat berkunjung kembali.

Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Handawan, 2015), hasil dari penelitian menyebutkan bahwa persepsi citra destinasi pariwisata berpengaruh positif terhadap minat pengunjung untuk berkunjung kembali.

Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Pantai Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas, Kabupaten Pasaman Barat

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara fasilitas wisata dan minat berkunjung kembali di objek wisata Pantai Air Bangis di Kecamatan Sungai Beremas, Kabupaten Pasaman Barat. Hasil uji hipotesis menunjukkan persamaan koefisien regresi sebesar 0,421 dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa setiap peningkatan 1 satuan fasilitas wisata akan meningkatkan minat berkunjung kembali 0,421 satuan.

Fasilitas wisata memiliki peran penting dalam meningkatkan minat pengunjung untuk kembali. Fasilitas yang memadai tidak hanya memberikan kenyamanan, tetapi juga meningkatkan kualitas pengalaman wisata secara keseluruhan. Pengunjung yang merasa puas dengan fasilitas yang disediakan cenderung memiliki keinginan lebih tinggi untuk kembali ke tempat tersebut di masa mendatang.

Pengaruh *Destination Image* dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Pantai Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas, Kabupaten Pasaman Barat

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh destination image dan fasilitas wisata terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata pantai air

bangis kecamatan sungai beremas, kabupaten pasaman barat yang dilakukan dengan bantuan SPSS versi 29.0.2.0. diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 209.263 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya variabel destination image X1 dan X2 terhadap Y berpengaruh signifikan. Berarti hipotesis (H3) diterima, X1 dan X2, secara bersamaan untuk variabel X1 sebesar 0,506 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, variabel X2 sebesar 0,421 dengan nilai signifikan $000 < 0,05$. Artinya setiap peningkatan 1 destination image akan meningkatkan 0,506 minat berkunjung kembali, dan setiap peningkatan 1 satuan fasilitas wisata akan meningkatkan 0,421 minat berkunjung kembali. Kemudian diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,632, artinya pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y adalah sebesar 63,2% sedangkan 36,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Jadi dapat disimpulkan pada penelitian ini adalah H_a di terima. Berdasarkan penjelasan hasil penelitian di atas, dapat diketahui bahwa destination image dan fasilitas wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pengelola objek wisata Pantai Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas, Kabupaten Pasaman Barat, dapat lebih memperhatikan kepuasan pengunjung terutama hal berkaitan dengan keterikatan tempat yang akan diingat oleh pengunjung. Jika semakin baik tempat objek wisata Pantai Air Bangis seperti ditambahkan arena permainan anak, diperbaiki fasilitas yang rusak, dibuat aturan dilarang merusak fasilitas, lebih diperhatikan kebersihan area objek wisata, sehingga membuat pengunjung merasa nyaman dan mengingat wisata pada objek wisata Pantai Air Bangis Kecamatan Sungai Beremas, Kabupaten Pasaman Barat.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Apriliyanti, E., Hidayah, S., & Za, S. Z. (2020). Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi, dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan: Citra Niaga sebagai pusat cerminan budaya khas Kota Samarinda. *Jurnal Manajemen*, 145-153.
- Elka, T. P. (2020). Pengembangan destinasi wisata dan hotel resort di Pantai Air Manis Kota Padang: Pendekatan waterfront design (Doctoral dissertation). Universitas Bung Hatta.
- Engriani, Y. (2016). Meningkatkan kunjungan wisata dengan sosialisasi Sapta Pesona Wisata di daerah tujuan wisata. *Jurnal Praktik Bisnis*, 4(2).
- Fauziah, E. (2022). Pengaruh destination image dan experiential marketing terhadap revisit intention dengan tourist satisfaction sebagai variabel mediasi pada Kebun Strawberry

Dzjikhо Alahan Panjang. Jurnal Bung Hatta.
<http://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/21024>

- Hayati, F., Levida, & Bhudiharty, S. (2016). Pengaruh citra pariwisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan: Studi kasus di Kabupaten Padang Pariaman. ISSN, 2541-3400, 27 Oktober 2016.
- Hidayah, N. (2019). Pemasaran destinasi pariwisata. Alfabeta.
- Lestari, S. I. K. (2022). Pengaruh citra destinasi dan fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang: Studi kasus wisatawan Pantai Klayar Pacitan. *Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1-31.
- Priyanto, P. (2016). Pengembangan potensi desa wisata berbasis budaya: Tinjauan terhadap desa wisata di Jawa Tengah. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1).
- Stylos, N., Bellou, V., Andronikidis, A., & Vassiliadis, C. A. (2017). Linking the dots among destination images, place attachment, and revisit intentions: A study among British and Russian tourists. *Tourism Management*, 59, 15-29.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.07.006>
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatria, E. (2022). Pengaruh daya tarik, fasilitas, dan electronic word of mouth terhadap minat kunjung pada Situ Rawa Gede. *Jurnal IKRAITH-Ekonomika*, 146-156.
- Wang, Y., & Chiu, J. (2015). Recreation benefit, recreation experience, satisfaction, and revisit intention: Evidence from Mo Zai Dun Story Island. *Journal of Business & Economic Policy*, 2(2), 53-61. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2665697>