

BAB II

STUDI PUSTAKA

2.1 Deskripsi Konseptual

Untuk mendukung pembuatan laporan ini, maka perlu di kemukakan hal atau teori- teori yang berkaitan dengan permasalahan dari ruang lingkup pembahasan sebagai landasan dalam pembuatan laporan ini. Deskripsi konseptual merupakan bagian dari laporan penelitian yang berisi berbagai konsep teori yang relevan dengan tema penelitian. Isi dari deskripsi konseptual merupakan kajian berbagai teori yang relevan dengan variabel penelitian baik variabel bebas maupun variabel terikat. Definisi konseptual menurut pandangan Sugiyono (2012:38) merupakan pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti dalam mengoperasikan konsep tersebut di lapangan. Miles & Huberman (1994): Menyatakan bahwa kerangka konseptual adalah struktur naratif atau grafis yang menunjukkan variabel kunci serta menggambarkan hubungan antara variabel tersebut yang akan dipelajari. Ini membantu peneliti dalam memahami dan menjelaskan fenomena yang diteliti.

Maka disimpulkan bahwa deskripsi konseptual merupakan elemen vital dalam penelitian yang membantu peneliti memahami dan menjelaskan hubungan antara berbagai variabel. Dengan merujuk pada definisi dan pandangan para ahli, peneliti dapat menyusun kerangka kerja yang sistematis dan terstruktur, sehingga menghasilkan penelitian yang lebih valid dan bermanfaat.

2.1.1 Minat Berkunjung

Menurut Aulia (2020) minat merupakan dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan. Sedangkan menurut Hernita dalam Nugraha (2021:25) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Kotler and Keller (2013:118), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu tempat berdasarkan pada pengalaman dalam berkunjung.

Minat adalah suatu hal yang personal dan berkaitan erat dengan sikap, minat sangat penting dalam pengambilan keputusan dan dapat membuat seseorang ingin melakukan suatu hal karena telah menarik minatnya (Toineno & Anwani, 2018). Menurut Sejati (2020) minat dapat diartikan sebagai suatu rasa ketertarikan terhadap sebuah objek, dorongan tersebut berasal dari masing-masing individu. Minat dapat diutarakan melalui ungkapan atau pernyataan maupun perbuatan yang dilakukan secara sadar tanpa ada paksaan, dan menjadi sumber motivasi seseorang untuk melakukan apa yang diminati dengan perasaan gembira, suka dan senang. Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap. Individu yang berminat terhadap suatu objek akan memiliki kekuatan atau dorongan untuk mendapatkan objek tersebut (Peter & Olson, 2013). Intention (minat) adalah sebuah rencana atau seperti seseorang akan berperilaku disituasi tertentu dengan cara tertentu baik seseorang akan melakukan atau tidak (Ajzen & Fishbein, 2005). Maka, minat

berkunjung dapat diartikan sebagai keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu.

Berdasarkan pemaparan para ahli tersebut, minat berkunjung merupakan dorongan keinginan untuk mengunjungi suatu tempat atau wilayah yang menarik perhatian seseorang.

2.1.1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung

Menurut (Nuraeni, 2014) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa minat berkunjung wisatawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. kualitas pelayanan,
2. citra wisata
3. promosi
4. daya tarik.

Menurut Kotler (2016) berikut adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang adalah sebagai berikut :

1. Attention (Menarik Perhatian), timbulnya perhatian pelanggan terhadap suatu usaha pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Suatu tingkat kepekaan terhadap destinasi yang dirasakan oleh wisatawan, serta pengetahuan terhadap destinasi, dimana pemasar dapat menyajikan suatu manfaat bagi wisatawan jika berkunjung ke destinasi tersebut.

2. Interest (Menumbuhkan Minat Lebih Dalam), muncul rasa tertarik terhadap objek yang ditawarkan perusahaan tersebut atau membangkitkan minat untuk mengkonsumsi objek tersebut. Penyajian penjualan dimulai dengan menarik perhatian calon wisatawan, dimana pemasar harus dapat berusaha memikat calon pengunjung yang dapat menghidupkan keinginannya untuk berkunjung. Pengelola bisa menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti, dan juga harus memilih waktu dan lokasi yang tepat untuk mempresentasikannya.
3. Desire (Keinginan Untuk Membeli), setelah rasa tertarik, timbul hasrat atau keinginan untuk memiliki objek tersebut. Pemasar dapat memikat minat pengunjung sehingga dapat menimbulkan keinginannya untuk mengunjungi destinasi. Selain itu, pemasar juga dapat memberikan penawaran akan keindahan destinasi untuk memberikan pengetahuan kepada pengunjung.
4. Action (Melakukan Pembelian), tindakan pembelian yang dilakukan konsumen setelah memiliki hasrat atau keinginan untuk memilih objek. Setelah menjelaskan mengenai destinasi wisata, pemasar harus berusaha menutup penjualan dan mencatat pesanan. Percobaan penutupan juga dapat dilakukan dengan menanyakan kesulitan pengunjung, sehingga pemasar dapat berkesempatan untuk menjawab pertanyaan atau kesulitan yang diajukan oleh calon pengunjung. Selain itu pengelola dapat menawarkan, mempresentasikan ciri-ciri jasa, keunggulan, manfaat, dan nilai jasa yang ditawarkan.

2.1.1.2 Indikator Minat Berkunjung

Menurut Agustine Ferdinand (2016) indikator minat berkunjung antara lain:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan untuk berkunjung.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, yaitu minat menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai obyek wisata yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Menurut Cheng & Lu (2013) minat berkunjung ulang memiliki tahapan–tahapan psikologi. Dimana tahapan tersebut, kemudian dijadikan sebagai tolak ukur atau indikator terjadinya proses minat beli ulang pada individu. Adapun indikator – indikator yang dimaksud, sebagai berikut :

1. Revisiting Intention, pengunjung ingin melakukan kunjungan ulang pada suatu destinasi wisata setelah pernah merasakan pengalaman pada destinasi tersebut.
2. Recommendation Intention, pengunjung berniat memberikan rekomendasi destinasi wisata yang telah dikunjungi nya kepada orang terdekat seperti

teman, saudara dan keluarga. Niat rekomendasikan ini muncul karena destinasi wisata tersebut dianggap dapat memenuhi kebutuhan akan aktivitas berwisata seseorang.

3. Promotion Intention, pengunjung akan memperkenalkan (Promotion) suatu destinasi wisata kepada banyak orang setelah melakukan kunjungan dan beraktivitas pada objek wisata tersebut.

Menurut Sari, F., & Pangestuti (2018) minat berkunjung memiliki tahapan–tahapan psikologi. Dimana tahapan tersebut, kemudian dijadikan sebagai tolak ukur atau indikator terjadinya proses minat beli pada individu. Adapun indikator – indikator yang dimaksud, sebagai berikut :

1. Minat transaksional. Keinginan individu atau organisasi dalam membeli barang atau jasa.
2. Minat preferensial. Perilaku dimana individu atau organisasi menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama.
3. Minat eksploratif. Perilaku seseorang yang selalu mencari informasi terkait barang atau jasa yang diminati.
4. Saya menyimpulkan pada variabel Minat Berkunjung yang penulis pakai yaitu pengertian dan indikator dari Ferdinand (2016) karena itu yang dianggap paling cocok untuk penelitian ini.

2.1.2 Fasilitas Wisata

Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan usaha, baik berupa benda maupun uang. Menurut Suryo Subroto: Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memberikan kemudahan dalam pelaksanaan suatu usaha. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan kepuasan yang maksimal (Kevin Lane Keller, 2009).

Middleton dalam Eanggi (2016) menyebutkan “dalam teori total tourism produk fasilitas wisata merupakan salah satu komponen yang terdapat dalam marketing mix pariwisata”, yaitu terdapat pada sub bab produk yang mana dijelaskan bahwa, “seluruh produk wisata dan jasa termasuk fasilitas yang diperoleh pelaku wisata mulai dari dia meninggalkan tempat asal sampai dia kembali” ke tempat asal. Prasiasa (2013: 24) menjelaskan bahwa fasilitas wisata adalah “komponen dari suatu destinasi wisata yang dapat memberikan dorongan bagi wisatawan memutuskan untuk tinggal di destinasi tersebut” dalam waktu yang sementara. “Komponen tersebut bisa berupa akomodasi, restoran, dan pelayanan informasi”.

Menurut Suryadana dan Okatavia (2015), Fasilitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Fasilitas dan pelayanan wisata mulai dari kebutuhan sejak berangkat dari tempat tinggal wisatawan, selama berada di destinasi pariwisata dan kembali ke tempat semula.

Dapat disimpulkan bahwa fasilitas berperan krusial dalam menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan dan dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih suatu destinasi. Dengan demikian, pengelolaan fasilitas yang baik sangat penting dalam menarik minat wisatawan dan meningkatkan kepuasan mereka saat berkunjung.

2.1.2.1 Karakteristik Fasilitas Wisata

Fasilitas wisata merupakan elemen penting dalam mendukung pengalaman wisatawan di suatu destinasi. Karakteristik fasilitas ini dapat dibedakan menjadi beberapa kategori yang mencakup infrastruktur, akomodasi, dan layanan pendukung lainnya. Berikut adalah beberapa karakteristik utama dari fasilitas wisata:

1. Infrastruktur Dasar

- Aksesibilitas: Jalan akses, tempat parkir, dan pintu masuk yang memudahkan pengunjung untuk mencapai lokasi wisata.
- Sanitasi: Ketersediaan toilet umum dan fasilitas kebersihan yang memadai untuk kenyamanan pengunjung.

2. Akomodasi

- Tempat Menginap: Berbagai pilihan akomodasi seperti hotel, motel, dan cottage yang memenuhi kebutuhan pengunjung selama mereka tinggal.
- Makanan dan Minuman: Restoran, kafe, dan warung makan yang menawarkan berbagai pilihan kuliner untuk wisatawan.

3. Fasilitas Rekreasi

- Tempat Hiburan: Area bermain, taman rekreasi, dan fasilitas olahraga yang mendukung kegiatan rekreasi.
- Fasilitas Khusus: Fasilitas yang disesuaikan dengan karakteristik objek wisata, seperti penyewaan alat snorkeling di pantai atau fasilitas spa di resort.

4. Layanan Pendukung

- Informasi Wisata: Pusat informasi yang menyediakan data dan panduan bagi pengunjung tentang aktivitas dan atraksi di sekitar lokasi wisata.
- Keamanan: Pos keamanan dan layanan darurat untuk memastikan keselamatan pengunjung selama berada di lokasi wisata.

5. Kualitas Fasilitas

Kualitas fasilitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Fasilitas yang baik dapat meningkatkan pengalaman positif, sedangkan fasilitas yang buruk dapat mengurangi minat untuk berkunjung kembali.

6. Pengaruh Terhadap Minat Berkunjung

Fasilitas wisata yang berkualitas tinggi berpotensi menarik minat wisatawan untuk kembali berkunjung. Penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara kualitas fasilitas dengan kepuasan dan minat berkunjung kembali ke objek wisata tertentu.

Secara keseluruhan, karakteristik fasilitas wisata sangat menentukan pengalaman dan kepuasan pengunjung, serta berkontribusi pada daya tarik suatu destinasi wisata.

2.1.2.2 Komponen Fasilitas Wisata

Menurut Cooper (1995:81) komponen fasilitas wisata adalah attraction, amenity, accessibility, dan ancillary. Berikut ini adalah pengertian dari komponen-komponen fasilitas wisata tersebut:

1. Attraction

Komponen ini adalah komponen yang paling krusial dimana dengan adanya komponen ini sangat mempengaruhi untuk menarik wisatawan datang ke suatu destinasi wisata. Atraksi yang ditawarkan untuk menarik kedatangan wisatawan disebutkan ada 3 (tiga) yaitu; Natural Resources, atraksi budaya, serta atraksi yang dibuat oleh manusia itu sendiri. Dengan mengembangkan salah satu dari ketiga tersebut dan berpedoman dengan potensi yang ada dapat menyebabkan kembalinya atau tertariknya wisatawan untuk datang ke destinasi wisata tersebut. Pariwisata alam adalah pariwisata yang berdasar kepada Natural Resources dari obyek wisata tersebut sebagai daya tarik utamanya (Pendit dalam Marsono, 2018). Atraksi budaya adalah daya tarik dalam suatu destinasi wisata sehingga wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata (Junaedi, dkk. 2018). Sedangkan atraksi buatan menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana

Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 adalah daya tarik yang sengaja dibuat oleh manusia disuatu destinasi wisata yang merupakan kreasi artifisial serta kegiatan lainnya diluar dari atraksi alam dan budaya.

2. Amenities

Amenitas adalah komponen yang berisi mengenai sarana serta prasarana yang ada dan diperlukan oleh wisatawan ketika mereka datang berkunjung ke suatu destinasi wisata. Sarana dan prasarana yang ada seperti; penginapan, tempat makan, transportasi atau juga agen perjalanan. Dengan demikian suatu destinasi wisata mengerti bahwa sarana yang dibutuhkan pembangunan hotel, atraksi wisata, gedung pertunjukan dan lain-lain. Adapun prasarana yang juga dibutuhkan yaitu seperti jalan raya, persediaan air dan listrik, tempat pembuangan sampah dan lain-lain. Menurut Kotler (2019) fasilitas adalah sumber daya fisik yang dapat digunakan wisatawan ketika wisatawan berkunjung ke suatu destinasi wisata salah satunya adalah ketersediaan rumah makan. Pelayanan lain menurut Harjanti (2022) adalah faktor penentu keberhasilan produk wisata dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan para wisatawan.

3. Ancillary

Komponen ini berisi mengenai pelayanan tambahan yang disediakan oleh pemerintah daerah atau organisasi tertentu yang diberikan kepada baik wisatawan atau pelaku pariwisata. Pelayanan ini contohnya adalah pemasaran, pembangunan infrastruktur, serta mengkoordinasikan segala macam aktivitas dan peraturan perundangundangan di destinasi wisata tersebut. Menurut Emelya (2018) pengelolaan objek wisata merupakan suatu rangkaian kegiatan yang meliputi merencanakan, mengorganisasikan dan mengarahkan, dan mengawasi kegiatan manusia dengan memanfaatkan material dan fasilitas alam yang ada sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung.

4. Accessibility

Salah satu komponen yang sangat berpengaruh adalah Accessibility dimana komponen ini mempengaruhi perjalanan wisatawan ke suatu destinasi wisata. Dengan adanya segala macamnya transportasi yang dapat menempuh ke suatu destinasi wisata dapat mempermudah wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Dengan pengembangan komponen ini dengan sangat baik akan membuat wisatawan lebih berbondong-bondong datang dikarenakan destinasi wisata akan lebih mudah dicapai. Sarana dapat diartikan sebagai usaha yang secara langsung ataupun tidak langsung memberikan dampak positif kepada wisatawan ketika berkunjung ke suatu destinasi wisata,

sedangkan prasarana adalah sumber daya alam atau sumber daya buatan yang dibutuhkan oleh wisatawan ketika menuju suatu destinasi wisata (Oktavianita, 2019).

2.1.2.3 Indikator Fasilitas Wisata

Menurut sumayang lalu (2003) menjelaskan beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas, pada penelitian ini indikator fasilitas yang digunakan adalah:

- 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan adalah keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut.
- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.
- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudah familier bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah.
- 4) Kelengkapan alat yang digunakan adalah alat yang digunakan oleh konsumen sesuai dengan spesifikasinya.

Menurut Fandy Tjiptono (2014) indikator fasilitas diantaranya yaitu:

- 1) Pertimbangan atau Perencanaan Spasial Dalam hal ini yang perlu dipertimbangkan yakni proporsi, kenyamanan, kebersihan dan lainnya.

Beberapa aspek perlu menjadi pertimbangan dan direncanakan agar menarik respon baik emosional maupun intelektual wisatawan.

- 2) Perencanaan Ruang Meliputi penempatan peralatan, perlengkapan, desain, aliran sirkulasi dan lainnya.
- 3) Perlengkapan dan perabot, merupakan sarana pendukung bagi konsumen.
- 4) Unsur pendukung lainnya meliputi tersedianya toilet, area internet, tempat ibadah, tempat makan dan minum dan sebagainya.

Soekadijo (2000), mengemukakan empat dimensi penilaian mengenai fasilitas wisata yang dapat dijadikan indikator dalam mengukur kualitas fasilitas tersebut.

Keempat dimensi tersebut adalah:

- 1) Bentuk Fasilitas: Ini mencakup aspek fisik dari fasilitas yang tersedia, seperti desain dan struktur bangunan yang mempengaruhi estetika dan kenyamanan pengunjung. Misalnya, gapura, rest area, jembatan penghubung, dan gazebo.
- 2) Fungsi Fasilitas: Menilai seberapa baik fasilitas tersebut memenuhi kebutuhan pengunjung. Ini termasuk layanan yang disediakan, seperti area parkir, toilet, dan tempat makan.
- 3) Lokasi Fasilitas: Penempatan fasilitas sangat penting untuk aksesibilitas dan kenyamanan pengunjung. Lokasi yang strategis akan meningkatkan pengalaman wisatawan.
- 4) Mutu Fasilitas: Ini berkaitan dengan kualitas dari semua fasilitas yang disediakan, termasuk kebersihan, keamanan, dan pemeliharaan fasilitas.

Dari sekian banyak pendapat para ahli maka saya menyimpulkan bahwa variabel yang paling relevan untuk penulis pakai yaitu pengertian dan indikator Menurut sumayang (2003) karena itu yang dianggap paling cocok untuk penelitian ini.

2.1.3 Aksesibilitas Wisata

Aksesibilitas dapat diartikan sebagai kemudahan untuk mencapai suatu tujuan, yang menyangkut kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Hal ini menjadi faktor penting dan harus diperhatikan, karena semakin tinggi tingkat aksesibilitas, maka akan semakin mudah lokasi untuk dijangkau sehingga dapat memberikan rasa kenyamanan wisatawan untuk datang berkunjung (Nabila & Widiyastuti, 2018). Aksesibilitas wisata atau kemudahan dalam mencapai wisata adalah infrastruktur atau sarana yang menunjang untuk menuju wisata (Isdarmanto, 2017).

Menurut Soekadjito (2003) menegaskan bahwa persyaratan aksesibilitas antara lain berupa akses informasi dimana fasilitas harus mudah dijumpai dan mudah dijangkau, terdapat akses jalan yang bisa dilalui untuk sampai ke objek wisata serta harus ada akhir tempat dari suatu perjalanan wisata. Berikut beberapa elemen aksesibilitas (dalam Tantriana & Widiartanto, 2019) diantaranya:

- 1) Terminal, bandara, pelabuhan dan jalur kereta api.
- 2) Infrastrsktur.
- 3) Faktor operasional seperti jarak tempuh, rute atau jalur operasi.

- 4) Perlengkapan yang meliputi jangkauan, ukuran, kecepatan dari sarana transportasi umum.

Yoeti (2000) dalam Suryatina (2010) pengertian aksesibilitas adalah merupakan unsur-unsur kemudahan yang disediakan bagi wisatawan yang berkunjung kesuatu tempat dan untuk itu mereka harus membayar dengan harga yang wajar. Sedangkan definisi aksesibilitas menurut Trihatmodjo dalam Yoeti (1997) yang dikutip oleh Ahmad (2014) bahwa aksesibilitas adalah suatu kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara jarak geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi menuju lokasi tujuan tersebut.

2.1.3.1 Faktor yang Mempengaruhi Aksesibilitas Wisata

Menurut Nugroho (2007:11) Faktor yang mempengaruhi aksesibilitas wilayah adalah:

1. Konektivitas antara daerah yang satu dengan yang lain Adalah adanya hubungan antara yang memungkinkan bagi barang dan jasa atau orang dari satu tempat ke tempat yang lain.
2. Topografi Adalah kondisi alam yang merintang atau mempersulit perjalanan antara dua daerah.
3. Tersedianya sarana angkutan antar daerah Tersedianya sejumlah sarana angkutan baik darat dan laut untuk melakukan perjalanan wisatawan dari daerah satu ke daerah lain secara efektif dan efisien sehingga menuju obyek mudah diakses.

Sedangkan menurut Mokoginta dalam Nugroho (2007 :11) faktor yang mempengaruhi aksesibilitas yaitu :

1. Kuantitas dan Kualitas jalan untuk mencapai kawasan.
2. Keefektifan sistem jaringan informasi yang dapat di akses wisatawan.

2.1.3.2 Indikator Aksesibilitas Wisata

Trihatmodjo (2017) menjelaskan bahwa dalam pemilihan lokasi aksesibilitas terdiri atas empat indikator yaitu :

a. Lokasi yang mudah dijangkau

Seberapa jauh jarak antara lokasi wisata dengan pusat kota termasuk lamanya waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke objek wisata.

b. Transportasi

Ketersediaan sarana transportasi menuju objek wisata.

c. Ketersediaan rambu-rambu

Ketersediaan papan penunjuk arah ataupun rambu-rambu yang memudahkan wisatawan menuju objek wisata.

d. Akses jalan

Kondisi yang menunjukkan bagaimana kondisi jalan menuju objek wisata.

Soekadijo (2003) mengungkapkan persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi dimana fasilitas harus mudah ditemukan dan mudah dicapai, harus

memiliki akses kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat objek wisata serta harus ada akhir tempat suatu perjalanan. Oleh karena itu indikator ini harus selalu ada :

a. Akses Informasi

Informasi yang jelas membuat wisatawan mudah memilih objek wisata yang akan dikunjungi.

b. Akses Kondisi Jalan Menuju Objek

kondisi jalan yang baik memudahkan wisatawan menuju ke pusat wisata yang akan dikunjungi.

c. Tempat Akhir Perjalanan

Ditempat wisata pengurus harus menyiapkan parkir, tempat istirahat dan toilet umum agar para pengunjung merasa nyaman.

Menurut Rokhayah & Ana Noor Andriana (2021) indikator aksesibilitas yang menjadi faktor keberhasilan destinasi wisata meliputi :

a. Akses informasi, akses informasi seperti sosial media dan website akan mempermudah wisatawan untuk lebih mengetahui destinasi wisata yang akan

b. dikunjungi. Dan akses informasi plakat atau petunjuk arah akan mempermudah wisatawan saat berada di objek wisata.

c. Akses kondisi jalan, dalam suatu objek wisata akses jalan setidaknya terhubung dengan prasarana umum dan memiliki area parkir yang luas dan

terjangkau, guna mempermudah wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Selain itu kondisi jalan yang baik akan memberikan kelancaran wisatawan menuju objek wisata.

maka saya menyimpulkan pada variabel fasilitas yang penulis pakai yaitu pengertian dan indikator dari teori Trihatmodjo (2017) karena itu yang dianggap paling cocok untuk penelitian ini.

2.2 Pengaruh Antar Variabel

2.2.1 Pengaruh Fasilitas Wisata (X1) Terhadap Minat Berkunjung (Y)

Dalam studi pariwisata, yang mencakup bagaimana kualitas dan ketersediaan fasilitas di suatu destinasi wisata dapat memengaruhi keputusan pengunjung untuk datang. Fasilitas dapat menunjang kebutuhan wisatawan di lokasi wisata selama berkunjung. Fasilitas juga merupakan faktor yang menjadi kunci kesuksesan dalam industri pariwisata (Ismayanti, 2020). Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian (Sari & Suyuthie, 2022) menyebutkan fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung wisata. Sehingga fasilitas juga dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan pada suatu destinasi wisata.

2.2.2 Pengaruh Aksesibilitas Wisata (X2) terhadap minat Berkunjung (Y)

Aksesibilitas adalah kemampuan untuk menjangkau suatu tempat atau objek wisata dengan mudah. Menurut Susantono (2004), aksesibilitas mencakup hak atas akses yang merupakan layanan dasar untuk melakukan perjalanan. Dalam konteks pariwisata, aksesibilitas sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan

wisatawan untuk mengunjungi suatu lokasi. Gamal menyebutkan (dalam Trantriana & Widiartanto, 2019) aksesibilitas dapat menentukan mudah dan tidaknya wisata untuk dikunjungi. Aksesibilitas juga dapat mempengaruhi minat para wisatawan dalam melakukan kunjungan pada suatu destinasi wisata. Asumsi tersebut selaras dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Iranita dan juga Purta (2019) yang menyebutkan aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung.

2.2.3 Pengaruh Fasilitas Wisata (X1) Dan Aksesibilitas Wisata (X2) Terhadap Minat Berkunjung (Y)

Minat berkunjung adalah keinginan seseorang untuk mengunjungi satu tempat wisata atau suatu objek tertentu. Menurut teori yang diungkapkan oleh Isdarmanto (2017) dalam pengembangan pariwisata harus menerapkan konsep serta aturan dan juga panduan agar dapat mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah kunjungan wisata. Makhin (2016) menyatakan bahwa minat memiliki sifat individual, yang berarti terdapat perbedaan minat antara satu orang dengan yang lainnya. Minat ini juga bersifat dinamis, dapat berubah sesuai dengan kebutuhan dan pengalaman individu. Dengan demikian rumusan hipotesis ketiga dari penelitian ini adalah:

2.3 Hasil Penelitian Yang Relevan

Agar penelitian ini bisa menjadi acuan dan referensi bagi pembaca yang akan datang, maka dalam hal ini dilakukan penelusuran kepustakaan berupa kajian terhadap penelitian terdahulu yang relevan untuk memudahkan pemahaman terhadap bagian ini, dapat dilihat di tabel 2.1:

Tabel 2.1

Penelitian yang terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil
1	(Adolph, 2016)	Pengaruh Aksesibilitas dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kampung Ekowisata Keranggan	Aksesibilitas dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, dengan pengaruh gabungan sebesar 91,9%.
2	(Hanafi, 2023)	Pengaruh Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Kembali Ke Geosite Hutaginjang	Aksesibilitas dan fasilitas yang memadai memiliki pengaruh positif terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali.
3	(Heni Nurhayati et al., 2024)	Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ancillary Terhadap Minat Berkunjung di Wisata Rekreasi Saung Bambu Pelangi Palembang	Aksesibilitas memiliki dampak terhadap minat berkunjung, meskipun tidak signifikan.
4	(Maflakha & Sihite, 2022)	Pengaruh Fasilitas dan Aksesibilitas Wisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Pada Objek Wisata Air Terjun Oenesu	Aksesibilitas berpengaruh signifikan, sedangkan fasilitas sedikit berpengaruh terhadap minat berkunjung.
5	(Lestari, 2022)	Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, dan Harga terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar SedatI Sidoarjo	Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.
6	(Iranita & Alamsyah, 2019)	Pengaruh Citra Destinasi, Aksesibilitas Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan ke Wisata Bahari Desa Benan	Adanya pengaruh pada variabel citra destinasi dan juga aksesibilitas wisata terhadap minat para wisatawan dalam melakukan perjalanan ke

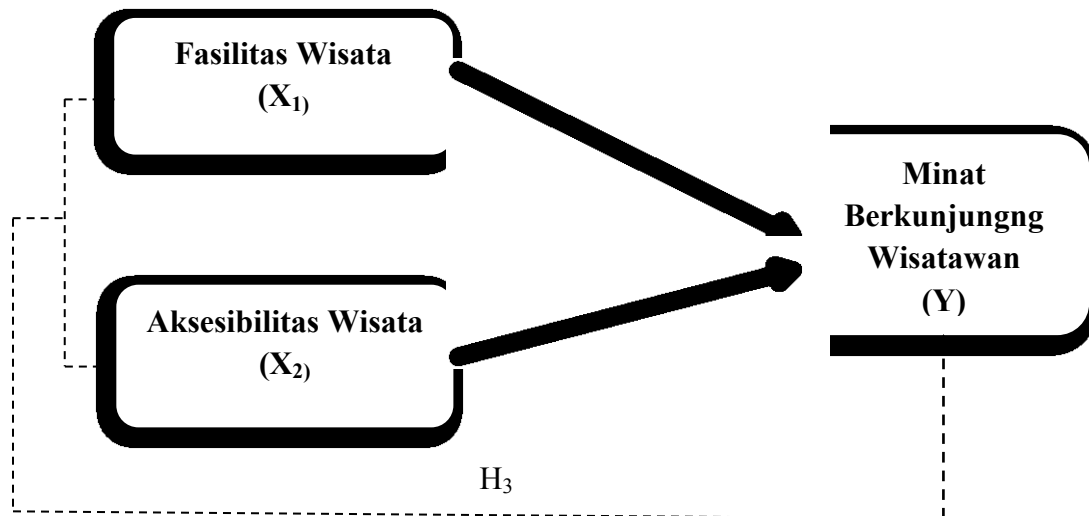
			Lokawisata Bahari di Desa Benan.
7	(Mulyantari, 2021)	“Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Goa Maria Tritis Kabupaten Gunung Kidul	Terdapat pengaruh pada variabel lokasi dan juga fasilitas terhadap keputusan berkunjung para wisatawan yang berlokasi di objek Wisata Goa Maria Tritis
8	Penelitian dari Irawan et al., (2021)	Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung pada Wisata WEGO Lamongan	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung pada Wisata Edukasi Gondang (WEGO) Lamongan secara parsial dan signifikan.
9	(Dan et al., 2021)	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang	Dari penelitian ini diperoleh hasil penelitian bahwa variabel daya tarik wisata, aksesibilitas, harga dan fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di objek wisata Danau Cipondoh Kota Tangerang.

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan pustaka yang diutarakan diatas dapat disusun suatu kerangka teoritik yang dapat menjelaskan bagaimana Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Aksesibilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Air Terjun Curug Papat Kabupaten Rejang Lebong, maka kerangka pemikiran yang diperoleh sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



 Keterangan: = Pengaruh secara parsial

 Pengaruh secara simultan

Dilihat pada gambar 2.1 diatas, diketahui penelitian ini mempunyai Dua variabel bebas yaitu Fasilitas Wisata(X₁) dan Aksesibilitas Wisata(X₂) variabel terikat yaitu Minat Berkunjung Wisatawan (Y). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat

2.5 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini definisi operasional yang diukur ada tiga variabel yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.2

Definisi Oprasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Fasilitas Wisata (X1)	Fasilitas wisata menurut Sumayang (2003) adalah penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.	1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas. 2. Kondisi dan fungsi fasilitas. 3. Kemudahan menggunakan fasilitas 4. Kelengkapan alat. (Sumayang, 2003)	Likert
Aksesibilitas Wisata (X2)	Aksesibilitas wisata menurut Trihatmodjo (2017) dapat didefinisikan sebagai kemudahan untuk mencapai lokasi wisata, yang mencakup beberapa aspek penting.	1. Lokasi yang mudah dijangkau 2. Transportasi 3. Ketersediaan rambu-rambu 4. Akses jalan (Trihatmodjo, 2017)	Likert
Minat Berkunjung wisatawan (Y)	Minat berkunjung, menurut Ferdinand (2017) minat berkunjung adalah dorongan dari dalam diri seseorang untuk berkunjung ke suatu tempat yang menarik, dengan tahapan-tahapan psikologi. Tahapan-tahapan tersebut dapat dijadikan sebagai indikator terjadinya proses minat beli.	1. Minat transaksional. 2. Minat refrensial. 3. Minat preferensial. 4. Minat eksploratif. (Ferdinand ,2016)	Likert

2.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang dirumuskan peneliti agar bisa menjawab suatu masalah dalam penelitian. Ary et al. (2009): Hipotesis penelitian merupakan dugaan yang dikembangkan dari observasi, literatur, dan teori yang ada. Ini menyatakan hubungan yang diharapkan ditemukan dalam hasil penelitian. Walaupun hipotesis merupakan kesimpulan sementara namun, jawaban yang dikemukakan dalam hipotesis dianggap benar (Yusuf, 2014). Berikut empat hipotesis dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang diajukan:

1. H1 : Diduga fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ke wisata Air Terjun Curug Papat Kabupaten Rejang Lebong.
2. H2 : Diduga Aksesibilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ke wisata Air Terjun Curug Papat Kabupaten Rejang Lebong.
3. H3 : Diduga Fasilitas dan aksesibilitas memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap minat berkunjung ke wisata Air Terjun Curug Papat Kabupaten Rejang Lebong.