



PENGARUH ATTRACTION, ACCESSIBILITY DAN AMENITIES TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN PADA PANTAI KARANG HITAM LEKOK KABUPATEN PASURUAN

Nisa Azhura^{1*}, Vita Fibriyani², Dyajeng Puteri Woro Subagio³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

Email: nisaazura02@gmail.com¹, vita fibriyani@gmail.com², dyajengsubagio@gmail.com³

Abstract

Industry is a significant economic driver in a region which is the basis for economic expansion. Activities related to marine tourism include beach tourism. Karang Hitam Beach is one of the tourist destinations in Pasuruan. This research aims to determine the influence of attraction, accessibility and amenities on tourist loyalty at Karang Hitam Lekok beach, Pasuruan Regency. The population in this study were visitors who had visited Karang Hitam beach who lived in the Tapal Kuda area, with a sampling method, namely purposive sampling. Using the Hair formula, with a sample size of 65 respondents. The research results show that 1) attraction, accessibility and amenities simultaneously influence tourist loyalty with a significance value of 0.000 with a variable determinant coefficient (R²) of 0.548 which shows that attraction, accessibility and amenities can influence tourist loyalty by 54.8% while the remaining 45.2% is influenced by other variables outside this research. 2) attraction partially has a significant effect on tourist loyalty with a significance value of 0.001. 3) partial accessibility has a significant effect on tourist loyalty with a significance value of 0.044. 4) amenities partially have a significant effect on tourist loyalty with a significance value of 0.005.

Keywords: Attraction, Accessibility, Amenities, Tourist Loyalty

Abstrak

Industri pariwisata merupakan penggerak ekonomi yang signifikan di suatu daerah yang merupakan landasan ekspansi ekonomi. Kegiatan yang berkaitan dengan wisata bahari antara lain wisata pantai. Pantai Karang Hitam merupakan salah satu destinasi wisata yang ada di Pasuruan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *attraction*, *accessibility*, dan *amenities* terhadap loyalitas wisatawan pada pantai Karang Hitam Lekok Kabupaten Pasuruan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah berkunjung ke pantai Karang Hitam yang berdomisili di wilayah Tapal Kuda, dengan metode sampling yaitu purposive sampling. Menggunakan rumus Hair., dengan jumlah sampel sebanyak 65 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *attraction*, *accessibility*, dan *amenities* secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan dengan nilai signifikansi 0,000 dengan koefisien determinan (R²) variabel sebesar 0,548 yang menunjukkan bahwa *attraction*, *accessibility*, dan *amenities* dapat mempengaruhi loyalitas wisatawan sebesar 54,8% sedangkan sisanya yaitu 45,2% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. 2) *attraction* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan dengan nilai signifikansi 0,001. 3) *accessibility* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan dengan nilai signifikansi 0,044. 4) *amenities* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan dengan nilai signifikansi 0,005.

Kata Kunci: Attraction, Accessibility, Amenities, Loyalitas Wisatawan

PENDAHULUAN

Berbagai kegiatan perekonomian dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian suatu negara. Baik masyarakat lokal maupun masyarakat jauh dapat memanfaatkan bisnis pariwisata sebagai sumber pertumbuhan ekonomi. Kegiatan yang berkaitan dengan wisata bahari antara lain wisata pantai. Berbicara mengenai wisata pantai yang kita maksud adalah wisata yang inspirasinya berasal dari potensi bentang alam laut dan pesisir pantai. Berbagai aktivitas wisata bahari, antara lain berenang, memancing, berperahu, menyelam, selancar, dan lainnya, dapat dilakukan di sepanjang pantai.

Pentingnya menggali potensi wisata Pasuruan yang beragam, baik dari aspek alam maupun budayanya. Dari Kecamatan Nguling hingga Kabupaten Bangil, wilayah perairan laut dan pesisir Kabupaten Pasuruan terbentang sepanjang 48 km, dengan luas wilayah eksploitasi laut berkelanjutan (MSY) maksimum per tahun sekitar 27.000 ton. Hal ini menyebabkan persaingan antar destinasi wisata, banyak di antaranya yang berjuang untuk mempertahankan posisi teratasnya. Akibatnya, lebih sedikit orang yang mengunjungi suatu tempat wisata tertentu karena mereka memilih mengunjungi lokasi lain yang mereka yakini lebih menarik dan menyediakan lebih banyak atraksi baru dan unggulan. Situasi seperti ini perlu menjadi perhatian pengelola untuk meningkatkan pemahaman tentang komponen loyalitas wisatawan sebagai informasi penting. Apakah pengunjung kembali banyak atau tidak, karena biayanya jauh lebih murah dibandingkan menarik pengunjung baru.

Pantai Karang Hitam merupakan salah satu destinasi wisata yang ada di Pasuruan. Wisata pantai ini berada di Desa Wates Kecamatan Lekok Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Pantai Karang Hitam baru dikembangkan pada tahun 2020. Dulunya tempat wisata ini belum terkelola dengan baik sebagai objek wisata, tapi pantai ini selalu ramai dikunjungi wisatawan. Namun kini layanan yang disajikan semakin memadai seperti dengan adanya musholla, kamar mandi, kafe, wilayah parkir, gazebo, spot foto. Seiring berjalannya waktu wisata ini mulai dikenal dan dikunjungi langsung oleh banyak orang. Foto pengunjung mulai bertebaran di sosial media, dari itulah pesona pantai Karang Hitam ini dilirik oleh calon pengunjung lainnya. Tak hanya masyarakat sekitar tapi ada juga pengunjung dari luar daerah sehingga terus mengalami peningkatan pada tahun 2020 hingga 2022.

Pada tahun 2023 Pantai Karang Hitam mengalami penurunan pengunjung karena telah terjadi angin kencang di sekitar Pantai Karang Hitam yang membuat sebagian fasilitas seperti spot foto, warung-warung menjadi rusak dan terbengkalai. Serta adanya sengketa lahan yang membuat fasilitas tersebut belum diperbaiki. Agar Pantai Karang Hitam dapat terus beroperasi dan menumbuhkan dukungan baik dari pengunjung yang kembali maupun yang baru datang, pemerintah daerah dan pengelola pantai harus mempertimbangkan penurunan tajam kunjungan wisatawan ketika mengambil keputusan mengenai pariwisata.

Aksesibilitas jalur utama Pantai Karang Hitam yang memiliki banyak titik rawan perampokan. Karena dikawasan tersebut sepi dan tempat kawasan militer menjadikan kesempatan bagi oknum begal. Tidak hanya itu banyak fasilitas dan spot foto yang terbengkalai dan kurang terawat. Pantai Karang Hitam terkenal dengan pemandangan matahari terbenamnya yang mempesona dan menjadi salah satu daya tariknya. Pemandangan menakjubkan di Pantai Karang Hitam kurang nyaman untuk disaksikan dan diabadikan karena banyaknya lokasi foto yang terbengkalai karena kawasan tersebut terkesan kurang dikelola dengan baik. Agar pengunjung merasa puas atas kunjungannya, maka atraksi wisata yang baik harus dijaga, rapi, dan menarik. Sama halnya dengan fasilitas yang baik yang dapat mendukung operasional lokasi wisata untuk memenuhi seluruh kebutuhan pengunjung, aksesibilitas yang baik juga akan memiliki kemampuan yang lebih besar untuk meningkatkan rasa kepuasan wisatawan sehingga mereka kembali lagi.

“Keberhasilan suatu tempat wisata hingga mencapai kawasan wisata sangat bergantung pada konsep 3A (Attraction, Accessibility dan Amenities),” ujar Yoeti dalam Resky (2015:12). Seperti diketahui, Pantai Karang Hitam merupakan salah satu tempat wisata di kawasan Pasuruan yang banyak menarik pengunjung. Meski demikian, pantai karang hitam ini bukannya tanpa permasalahan. Sehingga penelitian ini mengambil topic dengan judul pengaruh attraction, accessibility dan amenities terhadap loyalitas wisatawan pada pantai karang hitam.

TINJAUAN PUSTAKA

Attraction

Widyaningrum (2016) Pertunjukan atau tontonan yang menarik wisatawan dikenal dengan attraction. Hal-hal yang jarang terlihat biasanya ditampilkan di tempat wisata untuk memikat wisatawan agar mendekati sumbernya. Atraksi atau daya tarik wisata meliputi atraksi yang diadakan secara khusus pada waktu-waktu tertentu, yang terjadi secara alami, dan yang biasanya terjadi setiap hari (Pendit, 1990).

Attraction merupakan penawaran utama suatu tempat yang menarik wisatawan untuk datang ke daerah tersebut (Kusmalinda dkk., 2019). Berbagai atraksi dapat ditemukan di tempat wisata ini, seperti atraksi buatan Pangestuti serta keindahan, kekhasan alam, budaya, dan aktivitas masyarakat (2019). Widyaningrum (2016) Untuk mengukur attraction, peneliti menggunakan teori untuk memperjelas sejumlah faktor yaitu: tingkat keunikan, tingkat keindahan, ketersediaan lahan.

Accessibility

Mill (2000) dalam Kabu (2019) “aksesibilitas daerah tujuan wisata, atau lebih khusus lagi, segala sesuatu yang dapat memudahkan kedatangan wisatawan pada suatu tempat. Sebagaimana dimaksud dalam pengertian di atas, aksesibilitas diartikan sebagai suatu sebagai suatu cara untuk mempermudah akses wisatawan terhadap suatu tujuan wisata. Aksesibilitas memudahkan dan mempercepat pengunjung untuk mencapai destinasi wisata

Isdamanto (2018) *Accessibility* adalah kemudahan dalam mencapai suatu lokasi wisata. Infrastruktur dan metode untuk mencapai suatu lokasi disebut sebagai aksesibilitas. Rambu jalan, aksesibilitas pilihan transportasi, dan akses jalan merupakan komponen penting dari suatu destinasi. Mill (2000) dalam Kabu (2019) Terdapat beberapa indikator aksesibilitas yang merupakan faktor penting dalam aksesibilitas yaitu: akses informasi dengan adanya kemajuan, akses kondisi jalan menuju objek wisata, terminal/ tempat parkir.

Amenities

Sumayang dalam Kiswanto (2011:43), amenities wisata merupakan segala fasilitas dan layanan pendukung yang tersedia di sekitar suatu lokasi atau destinasi wisata, yang bertujuan untuk

meningkatkan kenyamanan, keamanan, dan kepuasan pengunjung. Ini mencakup berbagai fasilitas umum, pelayanan, kebersihan, keindahan lingkungan, serta faktor keamanan dan keselamatan. Amenitas wisata menjadi bagian penting dari infrastruktur destinasi yang memengaruhi pengalaman wisata dan persepsi pengunjung terhadap suatu lokasi wisata. Ada beberapa faktor Amenitas yang digunakan antaranya: a) Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas, b) kondisi dan fungsi fasilitas, c) kemudahan menggunakan fasilitas.

Loyalitas Wisatawan

Bigne et al. (2001), loyalitas wisatawan adalah kecenderungan atau niat wisatawan untuk secara konsisten memilih dan menggunakan kembali destinasi atau layanan pariwisata tertentu di masa mendatang, berdasarkan pengalaman positif yang mereka miliki dan kepuasan terhadap layanan yang diberikan. Dalam konteks ini, loyalitas mencerminkan hubungan yang erat antara wisatawan dan destinasi atau merek pariwisata yang mengarah pada penggunaan yang berulang dan berkelanjutan. Bigne et al. (2001), indikator loyalitas wisatawan dapat mencakup beberapa faktor, antara lain: tingkat kepuasan, niat untuk kembali, rekomendasi positif, penggunaan/ kunjungan berulang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dititik beratkan pada bidang pemasaran yaitu Loyalitas Wisatawan serta factor yang berhubungan *Attraction, Accessibility, dan Amenities* pada Pantai Karang Hitam. Lokasi penelitian merupakan tempat peneliti untuk memperoleh data sebagai bahan untuk diolah dan diteliti. Penelitian ini dilakukan di Pantai Karang Hitam Lekok Kabupaten Pasuruan. Populasi yang menjadi subjek penelitian ini adalah populasi yang tidak terbatas atau populasi yang jumlah pastinya tidak pasti. Populasi penelitian adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke pantai karang hitam wilayah Tapal Kuda yaitu asal Pasuruan, Probolinggo, Lumajang, Jember, Situbondo, Bondowoso, dan Banyuwangi.

Metode pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling yaitu dengan kriteria: wisatawan yang pernah mengunjungi Pantai Karang Hitam minimal 1 kali dalam 2 tahun terakhir (mulai tahun 2022), usia responden minimal 17 tahun, wisatawan domestic yang berada di wilayah tapal kuda. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair (2010:176). Rumus Hair merekomendasikan ukuran sampel minimal lima sampai sepuluh kali lipat variabel indikator dan digunakan bila ukuran populasi tidak diketahui secara pasti. Indikator yang dihasilkan dalam penelitian ini berjumlah 13 unit dan dikalikan dengan 5 ($5 \times 13 = 65$). sehingga dari perhitungan tersebut didapatkan sebanyak 65 responden. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan data primer yaitu kuesioner dibuat dalam format skala likert, observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dan Reliabilitas

Tabel 1 Uji Validitas

No	Variabel		R Hitung	R tabel	Keterangan
1	<i>Attraction (X1)</i>	X1.1	0,717	0,3338	Valid
		X1.2	0,771	0,3338	Valid
		X1.3	0,562	0,3338	Valid
		X1.4	0,781	0,3338	Valid
2	<i>Accessibility (X2)</i>	X2.1	0,764	0,3338	Valid
		X2.2	0,674	0,3338	Valid
		X2.3	0,638	0,3338	Valid
		X2.4	0,397	0,3338	Valid
3	<i>Amenities (X3)</i>	X3.1	0,734	0,3338	Valid
		X3.2	0,826	0,3338	Valid
		X3.3	0,609	0,3338	Valid
		X3.4	0,905	0,3338	Valid
4	Loyalitas Wisatawan (Y)	Y1	0,712	0,3338	Valid
		Y2	0,682	0,3338	Valid
		Y3	0,915	0,3338	Valid
		Y4	0,838	0,3338	Valid
		Y5	0,766	0,3338	Valid

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 1, hasil uji validitas diatas diketahui bahwa dari semua pertanyaan yang diajukan kepada responden, semua pertanyaan dinyatakan valid karena r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian, dari hasil tersebut valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
1	<i>Attraction (X1)</i>	0,664	Reliabel
2	<i>Accessibility (X2)</i>	0,383	Reliabel
3	<i>Amenities (Y)</i>	0,822	Reliabel
4	Loyalitas Wisatawan	0,839	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 2, hasil uji reliabilitas di atas diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha pada variabel *Attraction (X1)*, *Accessibility (X2)*, *Amenities (X3)*, dan Loyalitas Wisatawan (Y) memiliki nilai lebih tinggi dari 0,60 dalam penelitian. Dengan demikian, setiap variabel yang diperoleh dari kuesioner penelitian telah dianggap reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas data pada penelitian ini berdistribusi normal karena hasil uji normalitas yang dilakukan dengan teknik Kolmogrov Smirnov memperoleh nilai sebesar 0,057 dan Asymp. tanda tangan. (2-tailed) adalah $0,200 > 0,05$. Untuk uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk semua variabel tidak $>$ 10 dan nilai *Tolerance* tidak $<$ 0,10, makadapat dikatakan bahwa terbebas dari

multikolinieritas. Uji heterodastisitas penelitian berdasarkan grafik *scatterplot* dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas menggambarkan bagaimana titik-titik tersebar dan tidak mengikuti pola yang konsisten pada grafik scatterplot, seperti titik bergelombang atau titik yang melebar lalu menyempit.

Uji Linieritas pada penelitian ini terdapat hubungan linier antara attraction dengan loyalitas wisatawan, dengan nilai signifikan dari linearitas variabel atraksi sebesar $0,345 > 0,05$ dan nilai signifikan dari linearitas variabel aksesibilitas sebesar $0,453 > 0,05$ terdapat hubungan linier antara aksesibilitas dan loyalitas pengunjung, dibuktikan dengan nilai yang signifikan dari linearitas variabel fasilitas ($0,091 > 0,05$). Hasil uji durbin Watson sebesar 1,902, di dapatkan $dL = 1,503$ dan $dU = 1,697$ sedangkan $4 - dU = 4 - 1,697 = 2,303$. Karena nilai dW 1,902 berada diantara dU 1,697 dan $4 - Du$ 2,303, berdasarkan asas pengambilan keputusan dalam uji durbin Watson di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala autokorelasi pada penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel Independen 2	Koefisien Unstandardized		Sig	Keterangan
	Koefisien Regresi	Std. error		
Konstanta	1,291	2,212	0,896	Berpengaruh Positif
Attraction (X1)	0,513	0,147	0,001	
Accessibility (X2)	0,289	0,141	0,44	
Amenities (X3)	0,310	0,107	0,05	

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 3, diatas dapat diketahui persamaan regresi linier bergandavariabel Attraction (X1), Accessibility (X2) dan Amenities (X3) terhadap Loyalitas Wisatawan (Y) sebagai berikut :

$$Y = 1,291 + 0,513X_1 + 0,289X_2 + 0,310 X_3$$

1. Variabel terikat (terikat) dan variabel bebas (bebas) dipengaruhi secara searah dengan nilai konstanta yang bernilai positif sebesar 1,291. Hal ini menunjukkan variabel bebas *attraction* (X1) *accessibility* (X2) dan *amenities* (X3) bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka besarnya variabel loyalitas wisatawan sebagai 1.291.
2. Nilai koefisien *attraction* (X1) sebesar 0,513, artinya jika *attraction* (X1) mengalami kenaikan 1%. Loyalitas Wisatawan (Y) mengalami kenaikan 0,513 koefisien bernilai positif yang artinya hubungan positif antara *attraction* (X1) dengan nilai Loyalitas Wisatawan(Y).
3. Nilai koefisien *Accessibility* (X2) sebesar 0,289, artinya jika (X1) *Accessibility* mengalami kenaikan 1%. Loyalitas Wisatawan (Y) mengalami kenaikan 0,289 koefisien bernilai positif yang artinya hubungan positif antara *Accessibility* (X2) dengan nilai Loyalitas Wisatawan(Y).
4. Nilai koefisien *Accessibility* (X3) sebesar 0,310, artinya jika (X3) *Accessibility* mengalami kenaikan 1%. Loyalitas Wisatawan (Y) mengalami kenaikan 0,310 koefisien bernilai positif yang artinya hubungan positif antara *Amenities* (X3) dengan nilai Loyalitas Wisatawan (Y).

Analisis Koefisien Determinasi

Pada penelitian ini nilai *R Square* 0,548 atau 54,8% hal ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh *attraction* (X1), *accessibility* (X2) dan *amenities* (X3) memberikan mempengaruhi atau mampu menjelaskan bahwa variabel loyalitas wisatawan (Y) sebesar 54,8%. Sedangkan sisanya yaitu 45,2% dapat dipengaruhi variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 4 Hasil uji simultan 3 variabel independen

Variabel Independen	Variabel Dependen	F hitung	F tabel	Sig.	Keterangan
Attraction (X1)	Loyalitas Wisatawan	24,692	2,75	0,000	H1(1) Diterima
Accessibility (X2)					
Amenities (X3)					

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa nilai *F*hitung sebesar 24,692 dan nilai *F*tabel sebesar 2,75 Hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara *attraction*, *accessibility*, dan *amenities* terhadap loyalitas wisatawan secara simultan. Serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis 1, yaitu *attraction*, *accessibility*, dan *amenities* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

Tabel 5 Hasil Uji Simultan 2 Variabel (X1 dan X2)

Variabel Independen	Variabel Dependen	F hitung	F tabel	Nilai sig.	Keterangan
Attraction (X1)	Loyalitas Wisatawan	29,304	3,14	0,000	H1(2) Diterima
Accessibility (X2)					

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

*F*hitung 29,304 > *F*tabel 3,14. Hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara *attraction* dan *accessibility* terhadap loyalitas wisatawan secara simultan. Serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis 2, yaitu *attraction* dan *accessibility* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

Tabel 6 Hasil Uji Simultan 2 Variabel (X1 dan X3)

Variabel Independen	Variabel Dependen	F hitung	F tabel	Nilai sig.	Keterangan
Attraction (X1)	Loyalitas Wisatawan	33,213	3,14	0,000	H1(3) Diterima
Amenities (X3)					

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Nilai *F*hitung sebesar 33,213 dan nilai *F*tabel sebesar 3,14 yang artinya *F*hitung 33,213 > *F*tabel 3,14. Hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara *attraction* dan *amenities* terhadap loyalitas

wisatawan secara simultan Serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis 3, yaitu *attraction* dan *amenities* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

Tabel 7 Hasil Uji Simultan 2 Variabel (X2 Dan X3)

Variabel Independen	Variabel Dependen	F hitung	F tabel	Nilai sig.	Keterangan
Accessibility (X2)	Loyalitas Wisatawan	26,221	3,14	0,000	H1(4) Diterima
Amenities (X3)					

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Fhitung 26,221 > Ftabel 3,14. Hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara *accessibility* dan *amenities* terhadap loyalitas wisatawan secara simultan. Serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis 4, yaitu *accessibility* dan *amenities* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

Tabel 8 Hasil uji parsial

Variabel Dependen	Variabel Independen	T Hitung	T Tabel	Sig.	Keterangan
Loyalitas Wisatawan	Attraction (X1)	3,490	1,999	0,001	H1(5) Diterima
	Accessibility (X2)	2,052	1,999	0,044	H1(6) Diterima
	Amenities (X3)	2,905	1,999	0,005	H1(7) Diterima

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Nilai signifikansi $0,001 < 0,05$., maka H0 ditolak dan H1(5) diterima. Menunjukkan bahwa hipotesis 5, yaitu *attraction* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Nilai signifikansi $0,044 < 0,05$, aka H0 ditolak dan H1(6) diterima. Menunjukkan bahwa hipotesis 6, yaitu *accessibility* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Nilai signifikansi $0,005 < 0,05$, maka H0 ditolak dan H1(7) diterima. Menunjukkan bahwa hipotesis 7, yaitu *amenities* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan

PEMBAHASAN

1. Pengaruh *Attraction*, *Accessibility*, Dan *Amenities* Terhadap Loyalitas Wisatawan

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa secara simultan *attraction* (X1), *accessibility* (X2) dan, *amenities* (X3) berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai Fhitung > Ftabel yaitu $24,692 > 2,75$ yang artinya hipotesis 1 diterima yang berbunyi *attraction*, *accessibility* dan *amenities* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hasil dari pengujian hipotesis yang menunjukkan hasil signifikan, ini berarti *attraction*, *accessibility* dan *amenities* merupakan faktor yang menyebabkan loyalitas wisatawan. Dapat dikatakan bahwa dengan adanya *attraction*, *accessibility* dan *amenities* yang baik, maka loyalitas wisatawan akan meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Erlinda Anandar Ningtiyas (2021) bahwa fasilitas, aksesibilitas, dan atraksi

sekaligus berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengunjung. Theodorus Wijaya Kusuma (2023), amenitas, aksesibilitas, dan atraksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung.

2. Pengaruh *Attraction* Dan *Accessibility* Terhadap Loyalitas Wisatawan

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa secara simultan *Attraction* (X1), *Accessibility* (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Wisatawan (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $29,304 > 3,14$ yang artinya hipotesis 1 diterima yang berbunyi *attraction* dan *accessibility* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hasil dari pengujian hipotesis yang menunjukkan hasil signifikan, ini berarti *attraction* dan *accessibility* merupakan faktor yang menyebabkan loyalitas wisatawan. penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Chanif Muslim (2021) aksesibilitas dan daya tarik mempunyai pengaruh terhadap loyalitas wisatawan.

3. Pengaruh *Attraction* Dan *Amenities* Terhadap Loyalitas Wisatawan

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa secara simultan *attraction* (X1), *amenities* (X3) berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $33,213 > 3,14$ yang artinya hipotesis 1 diterima yang berbunyi *attraction* dan *amenities* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan hasil signifikan, ini berarti *attraction* dan *amenities* merupakan faktor yang menyebabkan loyalitas wisatawan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Natasha Dessy (2021) *attraction* dan *amenities* berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pengunjung.

4. Pengaruh *Accessibility* Dan *Amenities* Terhadap Loyalitas Wisatawan

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa secara simultan *accessibility* (X2), *amenities* (X3) berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $26,221 > 3,14$ yang artinya hipotesis 1 diterima yang berbunyi *accessibility* dan *amenities* secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan yang artinya merupakan faktor yang menyebabkan loyalitas wisatawan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Erlinda Anandar Ningtias (2021) aksesibilitas dan amenitas berpengaruh pada loyalitas pengunjung.

5. Pengaruh *Attraction* Terhadap Loyalitas Wisatawan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa secara langsung *attraction* (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi untuk variabel X1 adalah $0,001 > 0,05$, artinya hipotesis 1 diterima yang berbunyi *attraction* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hasil dari pengujian ini menunjukkan hasil yang berarti *attraction* berkontribusi terhadap loyalitas

wisatawan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Erlinda Anandar Ningtiyas (2021) bahwa *attraction* berpengaruh pada loyalitas pengunjung. Hermawan (2019) korelasi positif antara loyalitas wisatawan dengan *attraction* Gunung Api Purba Nglanggeran.

6. Pengaruh *Accessibility* Terhadap Loyalitas Wisatawan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa secara langsung *accessibility* (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi untuk variabel X2 adalah $0,044 < 0,05$, artinya hipotesis 1 diterima yang berbunyi *accessibility* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan hasil yang signifikan, ini berarti *accessibility* berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan. Aksesibilitas yang memadai akan membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan memungkinkan mereka melakukan perjalanan dengan lancar dan nyaman, sehingga dapat mendorong mereka untuk kembali lagi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Erlinda Anandar Ningtiyas (2021) yang menemukan hubungan langsung antara aksesibilitas dengan loyalitas pengunjung. Tobari (2022) memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa *accessibility* berpengaruh pada loyalitas wisatawan.

7. Pengaruh *Amenities* Terhadap Loyalitas Wisatawan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa secara langsung *amenities* (X) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai signifikansi untuk variabel X3 adalah $0,005 < 0,05$, artinya hipotesis 1 diterima yang berbunyi *amenities* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hal ini menunjukkan bagaimana ketersediaan fasilitas wisata merupakan faktor yang dapat mempengaruhi dan meningkatkan kesenangan pengunjung. Listyawati (2019) juga melaporkan temuan serupa tentang pengaruh *amenities* terhadap loyalitas pengunjung.

KESIMPULAN

1. Dengan nilai signifikansi Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel *attraction* (X1), *accessibility* (X2), dan *amenities* (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Dapat dikatakan bahwa dengan adanya *attraction*, *accessibility* dan *amenities* yang baik, maka loyalitas wisatawan akan meningkat.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *attraction* (X1) dan *accessibility* (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hasil dari pengujian hipotesis yang menunjukkan hasil signifikan, ini berarti *attraction* dan *accessibility* merupakan faktor yang menyebabkan loyalitas wisatawan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *attraction* (X1) dan *amenities* (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hasil dari pengujian hipotesis yang menunjukkan hasil signifikan, ini berarti *attraction* dan *amenities* merupakan faktor yang menyebabkan loyalitas wisatawan.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *accessibility* (X2) dan *amenities* (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan. Hasil dari pengujian hipotesis yang menunjukkan hasil signifikan, ini berarti *accessibility dan amenities* merupakan faktor yang menyebabkan loyalitas wisatawan.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *attraction* secara langsung berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hasil dari pengujian ini menunjukkan hasil yang signifikan, ini berarti *attraction* berkontribusi terhadap loyalitas wisatawan, semakin baik *attraction* yang ditawarkan pada pantai karang hitam maka loyalitas wisatawan semakin meningkat.
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *accessibility* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan hasil yang signifikan, ini berarti semakin baik *accessibility* menuju pantai karang hitam maka loyalitas wisatawan akan meningkat.
7. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa secara langsung *amenities* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa *amenities* wisata pantai karang hitam merupakan faktor yang dapat meningkatkan kesenangan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, N. (2022). Pengaruh Attraction, Amenities, Accessibilities, Infrastructure Terhadap Kepuasan Pengunjung Ke Tempat Wisata Taman Oval Markoni. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2).
- Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2017). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humano*, 7(2), 134–148.
- Alfitriani, Putri, W. A., & Ummasyroh. (2021). Pengaruh Komponen 4a Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. *Aplikasi Manajemen & Bisnis*, 1(2), 66–77. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jamb>
- Aprilia, E. R. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Ampenan Mataram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 51.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Hermawan, H. 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata terhadap Kepuasan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Media Wisata*. 15 (1). Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional Bandung
- Huda, F., Dewi, N. G. A. S., & Sagita, Putu Agus Wikanatha. (2022). Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara Ke Pantai Melasti, Badung Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IPTA*, 10(1), 76-82.
- Judisseno, Rimsky K. 2015. *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12e. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Madafuri, Bintang. (2018). Pengaruh *Attraction, Amenities, dan Accessibilities* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan Pada Pantai Pulau Merah di Kabupaten Banyuwangi. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember*, 1-114.
- Nasution, Laila Wahida Rahma. “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Kota Berastagi*”. Skripsi, Medan: Universitas Sumatera Utara, Tahun 2018.
- Salma. 2023. Teknik Pengambilan Sampel: 11 Macam dan Contoh Lengkap. (Online). (<https://penerbitdeepublish.com/teknik-pengambilan-sampel/>, diakses 11 Juli 2023).
- Sari, Dewi Ratna. 2019. “Pengaruh Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di

- Taman Margasatwa Semarang”, dalam *Jurnal Gema Wisata*, Vol. 15, No. 2. Semarang: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Semarang.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sendra, I Made., Sudiarta, I Nyoman., Kristianto, Yohanes., Karini, Ni Made Oka., & Supadmi, Ni Luh. (2019). *Pengantar Pariwisata Internasional*. Denpasar : Cakra Media Utama
- Setiawan, Ida Bagus Dwi. 2015. “Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4A (*Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary*) di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng Bali”, *Skripsi*. Bali: Universitas Udayana.
- Stevianus. 2014. Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 19 (3). Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma Surakarta: PUTRA NUGRAHA.
- Zuhriah, I. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Patalo, R. G. (2022). Dampak *Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. *Jurnal Tesla: Perhotelan-Destinasi Wisata -Perjalanan Wisata*, 2(1), 1–11.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- _____. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA