



Terbit *online* pada laman web jurnal : <http://ojs.unitas-pdg.ac.id/>

Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan

ISSN (Print) 2086-5031 | ISSN (Online) 2615-3300 | DOI 10.31317



Fasilitas Wisata Dan Nilai Keuntungan Terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman

Nada Zahra ¹⁾ Yuni Candra ²⁾, Ramadhania ³⁾

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tamansiswa Padang

INFORMASI ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima Redaksi: 6 September 2022

Revisi Akhir: 12 September 2022

Diterbitkan *Online*: 27 September 2022

KATA KUNCI

Fasilitas Wisata, Nilai Keuntungan dan Kunjungan Ulang.

KORESPONDENSI

Telepon:

E-mail: yuni.candra80@gmail.com

nadazahra098@gmail.com

ramadhania010589@gmail.com

A B S T R A C T

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas wisata dan nilai keuntungan terhadap kunjungan ulang konservasi penangkaran penyu pantai Ampalu Kota Pariaman. Metode penelitian adalah kuantitatif deskriptif, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *insidental* sampling, dengan sampel penelitian sebanyak 100 orang responden. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan observasi, angket (kuesioner), dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Berdasarkan analisis regresi linear berganda, variabel Fasilitas wisata dan Nilai Keuntungan terhadap Kunjungan Ulang konservasi penangkaran penyu pantai Ampalu Kota Pariaman didapatkan hasil $Y = 7,871 + 0,361X_1 + 0,159X_2 + e$. Hasil uji t didapatkan bahwa variabel Fasilitas Wisata (X_1) dan Nilai Keuntungan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kunjungan ulang konservasi penangkaran penyu pantai Ampalu Kota Pariaman. Hasil uji F terbukti bahwa variabel Fasilitas Wisata dan Nilai Keuntungan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Ulang konservasi penangkaran penyu pantai Ampalu Kota Pariaman dan nilai koefisien determinasi sebesar 33,3%, sedangkan sisanya 66,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENDAHULUAN

Kota Pariaman adalah salah satu kota yang ada di Provinsi Sumatera Barat, hasil pemekaran dari Kabupaten Padang Pariaman. Kota ini terdiri dari 4 Kecamatan yaitu, Kecamatan Pariaman Utara, Pariaman Selatan, Pariaman Tengah, dan Pariaman Timur. Wilayah Pesisir di Kota Pariaman terletak di Kecamatan Pariaman Utara, Pariaman Tengah, dan Pariaman Selatan dengan garis pantai sepanjang 12,73 km. Melihat keadaan Kota Pariaman dengan garis pantainya, tidak salah jika Pariaman mengedepankan wisata yang berlokasi di

daerah pesisir seperti objek wisata Pantai Gandoriah, Pantai Cermin, Pantai Kata, Pulau Angso Duo, Pulau Kasiak, konservasi penangkaran Penyu, Talao Pauh.

Banyak tempat wisata di Kota Pariaman, salah satunya adalah konservasi penangkaran penyu yang berlokasi di Jl. Syeh Abdul Arif, kawasan pantai Ampalu, desa Manggung, Pariaman Utara. Wisata penangkaran penyu merupakan pantai yang memiliki kelangkaan dan keunikan tersendiri yang menarik untuk di kunjungi

oleh warga Pariaman dan Wisatawan dari luar kota Pariaman. Dimana kota Pariaman menjadi salah satu tempat mendaratnya beberapa jenis penyu laut setiap tahunnya, dan merupakan tempat habitat peneluran beberapa jenis penyu. Penyu yang biasa mendarat di pesisir dan pulau-pulau kecil di kota Pariaman adalah jenis Penyu Hijau (*Chleonia Mydas*), Penyu Lekang (*Lepidochelys Olivasea*) dan Penyu Sisik (*Eretmochelys Imbricata*). Saat ini, penyu termasuk kedalam kategori hewan yang berstatus hampir punah dan perlu dilakukan upaya untuk pelestarian. Penyu merupakan salah satu binatang purba yang langka di dunia dan keberadaannya dilindungi oleh Undang-undang. Hal ini diatur oleh Undang-Undang nomor. 5 tahun 1990 tentang konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya.

Pendirian kawasan konservasi penyu ini dilakukan pada awal tahun 2006 dengan membangun fasilitas penangkaran penyu oleh DKP Kota Pariaman yang menjadi bagian dari kawasan konservasi perairan daerah, namun mulai berjalan dengan baik pada tahun 2009. Kemudian pada tahun 2013 dibentuk UPT Konservasi Penyu dan pulau-pulau yang berada dikawasan pencadangan mempunyai fungsi utama sebagai penyangga kehidupan, pengawetan keanekaragaman jenis flora dan fauna serta pemanfaatan yang lestari.

Menurut Sulastyono (2011) dalam Faradisa (2016:6), fasilitas wisata adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktifitas-aktifitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Adanya fasilitas wisata tentunya akan menunjang kegiatan pengunjung, fasilitas yang baik dan memenuhi kebutuhan pengunjung pasti akan menjadi bahan pertimbangan pengunjung dalam memilih pariwisata. Ini adalah salah satu taktik pemasaran mereka untuk menarik pengunjung.

Menurut Suseno (2015:2), nilai keuntungan adalah evaluasi menyeluruh dari kegunaan suatu produk yang didasari oleh persepsi pengunjung terhadap sejumlah manfaat yang diterima dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Nilai keuntungan dapat dikatakan suatu hal yang penting, karena apabila suatu produk tidak mampu

menghasilkan nilai pada produk tersebut, maka akan kalah dengan produk pesaingnya, sehingga wisatawan akan melakukan kunjungan ulang atas nilai keuntungan yang didapatkannya.

Konsep kunjungan ulang wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata erat kaitannya dengan konsep pemasaran. Tujuan pemasaran dalam hal ini, agar wisatawan merasa puas setelah mengunjungi suatu lokasi wisata. Seiring dengan adanya peningkatan kepuasan yang diperoleh, akan mendorong minat berkunjung ulang (Munhurrun, 2014:252).

Pihak manajemen pengelola wisata tersebut mau tidak mau harus memanfaatkan segala peluang yang ada termasuk meningkatkan minat berkunjung ulang (*revisit*). Wisatawan yang telah berkunjung, merupakan sarana promosi yang penting baik langsung ataupun tidak langsung. Langsung dalam arti yang bersangkutan dan keluarganya serta kelompoknya datang berkunjung kembali.

Tabel 1.
Data Pengunjung Destinasi Wisata Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah Pengunjung (Jiwa)
2018	332.105
2019	1.390
2020	305
Total	333.800

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman 2020

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung destinasi wisata konservasi penangkaran penyu pantai ampalu Kota Pariaman pada tahun 2018, yaitu berjumlah 332.105 jiwa pengunjung, pada tahun 2019, berjumlah 1.390 jiwa pengunjung. Pada tahun 2020, yaitu berjumlah 305 jiwa pengunjung. Setiap tahunnya tingkat kunjungan wisatawan berkurang sangat signifikan apakah ha ini dampak dari adanya covid 19 yang mulai masuk ke indonesia pada bulan maret tahun 2020 atau dikarenakan oleh kurang memadainya fasilitas wisata dan nilai keuntungan yang didapatkan oleh para wisatawan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Fasilitas Wisata dan Nilai Keuntungan terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan Konservasi Penangkaran Penyus Pantai Ampalu Kota Pariaman.

LANDASAN TEORI

Fasilitas Wisata

Menurut Yuriansyah (2013:56), fasilitas wisata dapat mempengaruhi pandangan pengunjung. Fasilitas yang sesuai harapan pengunjung dapat menarik perhatian pengunjung untuk datang dan membuat perusahaan dapat memenangkan persaingan bisnis. Menurut Stevianus (2014:78) fasilitas wisata yang mendukung untuk memenuhi kebutuhan pengunjung merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan. Menurut Tjiptono (2007:11) dalam Moha (2016:3), mendefinisikan fasilitas wisata adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

Menurut Suryadana (2015:49) fasilitas wisata biasanya terdiri dari unsur alat transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas makan dan minum dan fasilitas penunjang lainnya yang bersifat spesifik dan disesuaikan dengan perjalanan. Fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan tersebut muncul dalam satu kesatuan yang saling terkait dan melengkapi satu sama lain, sehingga dalam suatu perjalanan wisata, seluruh komponen yang digunakan tidak dapat dipisahkan, tergantung pada karakteristik dan bentuk perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan.

Indikator Fasilitas Wisata

Menurut Yuriansyah (2013:56), indikator dari fasilitas wisata adalah sebagai berikut:

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 pengunjung 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 pengunjung adalah fasilitas yang sudah familiar bagi pengunjung sehingga pengunjung dapat menggunakannya dengan mudah.
4. Kelengkapan alat yang digunakan adalah alat yang digunakan oleh pengunjung sesuai dengan spesifikasinya.

Hubungan Antara Fasilitas Wisata dan Kunjungan Ulang Wisatawan

Menurut Ababneh (2013:65) menyatakan bahwa kualitas pada fasilitas, berdampak langsung pada kepuasan wisatawan, dimana hal ini berdampak terhadap tinggi atau rendahnya jumlah kunjungan wisatawan, sehingga niat kunjungan kembali wisatawan pada daya tarik wisata tersebut. Dengan adanya fasilitas wisata yang memadai dapat meningkatkan kunjungan ulang terhadap wisata, fasilitas wisata juga berpengaruh positif terhadap kunjungan ulang. jadi hubungan antara fasilitas wisata dengan kunjungan ulang sangat erat tanpa fasilitas wisata yang memadai dan fasilitas yang baik maka akan berpengaruh terhadap kunjungan ulang wisatawan.

Nilai Keuntungan

Menurut Kristanto (2004) dalam Siry (2015:1) nilai keuntungan merupakan perbandingan antara manfaat (*benefits*) yang dirasakan oleh pelanggan dengan apa yang pelanggan keluarkan (*costs*) untuk mendapatkan atau mengkonsumsi produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2012:125), nilai keuntungan merupakan keuntungan-keuntungan yang dirasakan oleh pelanggan dibandingkan pengorbanan pelanggan untuk mendapatkan layanan. Menurut Arifin (2013:38), nilai keuntungan adalah penilaian konsumen secara keseluruhan akan faedah dari suatu produk berdasarkan persepsi mengenai apa yang telah mereka terima dan apa yang telah mereka berikan.

Indikator Nilai Keuntungan

Adapun indikator pengukuran variabel nilai keuntungan mengacu pada teori menurut Kristanto (2008) dalam Siry (2015:3), adalah sebagai berikut:

1. Biaya
Kesesuaian antara harga yang dibayar dengan kualitas yang didapat dari kesesuaian antara harga yang dibayar dengan manfaat yang didapat.
2. Nilai pertukaran
yaitu kemudahan dalam memperoleh pelayanan/jasa.
3. Estetika
yaitu kenyamanan konsumen dalam menerima pelayanan.

Hubungan Nilai Keuntungan dengan Kunjungan Ulang Wisatawan

Menurut Arifin, (2013:38) nilai keuntungan adalah penilaian konsumen secara keseluruhan akan faedah dari suatu produk berdasarkan persepsi mengenai apa yang telah mereka terima dan apa yang telah mereka berikan. Dengan dukungan nilai keuntungan itu sendiri dapat mendorong terbentuknya kunjungan ulang pada pelanggan dengan membangun pandangan atau gambaran dengan pelanggan maka keinginan pelanggan untuk melanjutkan hingga menuju kepada kesediaan jangka panjang yang tidak diragukan lagi.

Kunjungan Ulang Wisatawan

Menurut Baker dan Crompton (2009: 59) dalam Lin, (2012:4) menjelaskan bahwa *Revisit intention* adalah kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktifitas atau berkunjung ulang ke suatu destinasi. Allameh *et al.* (2015:7) dalam Candra, (2019:11) Minat berkunjung ulang merupakan perasaan ingin mengunjungi kembali suatu destinasi wisata di masa mendatang.

Menurut Widiyanto (2015:6), Kunjungan ulang wisatawan adalah wisatawan akan melakukan tindakan berkunjung ulang di waktu yang akan datang sebagai respon langsung dari perilaku paska berkunjung ulang dalam jangka waktu tertentu. Zaenuri (2012:78). kunjungan ulang akan dilakukan wisatawan, apabila tersedianya fasilitas-fasilitas yang dapat memenuhi segala kebutuhan wisatawan selama menikmati destinasi wisata tersebut.

Menurut Kotler (2016:35) Kunjungan ulang wisatawan dapat dilihat sebagai kombinasi mutu, jasa, dan harga atau didefinisikan sebagai rasio

antara banyaknya yang diperoleh pelanggan dan banyaknya yang diberikan wisatawan. Kunjungan ulang wisatawan telah diperoleh secara pratiksi dan akademisi. Dari perspektif seorang pratiksi, kunjungan ulang berkaitan dengan strategi pemasaran seperti segmen pasar. Secara akedemisi yang telah diselidiki terlebih dahulu seperti layanan, pengalaman kualitas gambar, keterlibatan, kepercayaan, motivasi, pengalaman dan secara konsekuensi seperti kepuasan, perilaku niat, niat pembelian, loyalitas dan kemauan untuk merekomendasikan (Cho, 2017:35).

Indikator Kunjungan Ulang Wisatawan

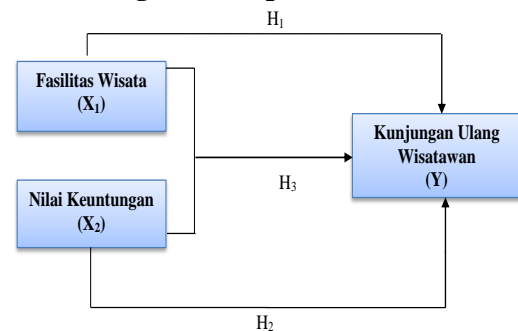
Menurut Widiyanto (2015:6), indikator minat kunjungan ulang wisatawan adalah sebagai berikut:

1. Minat berkunjung kembali, adalah keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ketempat wisata yang pernah di kunjunginya.
2. Memberi rekomendasi kepada orang lain, seorang wisatawan yang merekomendasikan tempat wisata tersebut kepada orang lain untuk mengunjungi tempat wisata tersebut.
3. Reputasi objek wisata dimata pengunjung, reputasi dari tempat wisata telah dikenal oleh pengunjung sehingga pengunjung ingin berkunjung kembali ketempat wisata tersebut.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian mencerminkan paradigma penelitian, yaitu pola hubungan antara variabel-variabel penelitian. Adapun model kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka Konseptual Penelitian



Hipotesis Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah dan kerangka konseptual penelitian yang telah disusun diatas serta membandingkan dengan teori yang ada, maka hipotesis secara keseluruhan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- H₁: Diduga fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kunjungan ulang wisatawan pada ke destinasi wisata konservasi penangkaran penyu pantai ampalu Kota Pariaman.
- H₂: Diduga nilai keuntungan berpengaruh signifikan terhadap kunjungan ulang wisatawan pada destinasi wisata konservasi penangkaran penyu pantai ampalu Kota Pariaman.
- H₃: Diduga fasilitas wisata dan nilai keuntungan berpengaruh signifikan terhadap kunjungan ulang wisatawan pada ke destinasi wisata konservasi penangkaran penyu pantai ampalu Kota Pariaman.

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah Fasilitas Wisata (X₁) dan Nilai Keuntungan (X₂), sedangkan variabel terikat (*dependent*) dalam penelitian ini adalah Kujungan ulang wisatawan (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah mengunjungi destinasi wisata konservasi penangkaran penyu pantai ampalu dan telah berkunjung ulang ke ke destinasi wisata konservasi penangkaran penyu pantai ampalu yang jumlah populasinya tidak diketahui.

Dalam penelitian ini pengambilan keputusan sampel dilakukan dengan *Non-probability sampling* yaitu memakai *purposive sampling*. Tujuan penggunaan teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini untuk mengetahui responden wisatawan yang telah melakukan kunjungan ke destinasi wisata konservasi penangkaran penyu pantai ampalu. Adapun kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Wisatawan yang sudah berkunjung ke destinasi wisata konservasi penangkaran penyu pantai ampalu.
2. Wisatawan yang tinggal diluar Kota

Pariaman.

3. Usia minimal 18 tahun.
4. Sudah mempunyai penghasilan sendiri

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan di ukur dan tahu apa yang bisa diharapkan.

Teknik Analisis Data

Untuk memastikan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan yang akurat dan dapat dipercaya, maka digunakan tiga macam pengujian yaitu: Uji Validitas, Uji Reliabel, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi (R²).

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2.
Hasil Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.871	2.073		3.797	.000
Fasilitas Wisata	.361	.068	.460	5.333	.000
Nilai Keuntungan	.159	.054	.253	2.941	.004

Dependent Variabel: Kunjungan Ulang
Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2021)

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 16.0 pada tabel 4.15, dapat diketahui persamaan regresi linear berganda untuk Pengaruh Fasilitas Wisata, Nilai Keuntungan Terhadap Kunjungan Ulang adalah sebagai berikut:

$$Y = 7,871 + 0,361X_1 + 0,159X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah 7,871, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel Fasiitas Wisata dan Nilai Keuntungan maka Kunjungan Ulang Wisatawan Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman adalah sebesar 7,871 satuan.
2. Nilai koefisien regresi Fasiitas Wisata adalah sebesar 0,361, artinya setiap peningkatan 1 (satuan) variabel Fasiitas Wisata, maka Kunjungan Ulang akan meningkat sebesar 36,1 dengan asumsi bahwa variabel Fasiitas Wisata dan Kunjungan Ulang dianggap tetap atau tidak mengalami perubahan.
3. Nilai koefisien regresi Nilai Keuntungan adalah sebesar 0,159, artinya setiap peningkatan 1 (satuan) variabel Nilai Keuntungan, maka Kunjungan Ulang akan meningkat sebesar 15,9 dengan asumsi bahwa variabel Nilai Keuntungan dan Kunjungan Ulang dianggap tetap atau tidak mengalami perubahan.

Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (*parsial*) terhadap variabel dependen Sugiyono (2012:251). Uji ini dilakukan untuk membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , untuk *degree of freedom* (df) = n-k dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel. Pada penelitian ini uji t dilakukan pada 100 responden dimana $df=n-k= 100-3 = 97$, Pengunjung signifikan (α) sebesar 5% maka t_{tabel} adalah 1,660.

Pengujian variabel Fasilitas Wisata terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan

Diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 5,333 > 1,660 dan signifikan 0,000 < 0,05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Fasilitas Wisata berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan di Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman.

Pengujian variabel Nilai Keuntungan terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan

Diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,941 > 1,660 dan signifikan 0,004 < 0,05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya Nilai Keuntungan berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan di Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman.

Uji F

Uji ini digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel bebas dan variabel terikat, nilai F statistik dapat digunakan untuk mengevaluasi hipotesis bahwa apakah tidak ada variabel bebas yang menjelaskan variasi Y disekitar nilai rata-ratanya dengan derajat kepercayaan k-1 dan n-k tertentu dengan nilai F_{tabel} $df_1 = k-1$ (3-1=2), $df_2 = n-k$ (100-3=93) adalah 3,09.

Tabel 3.
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	459.208	2	229.604	25.675	.000 ^a
Residual	867.432	97	8.943		
Total	1326.640	99			

Predictors: (Constant), Nilai Keuntungan, Fasilitas Wisata

b. Dependent Variable: Kunjungan Ulang

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 25,675 > 3,09 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya, Fasilitas Wisata dan Nilai Keuntungan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan di Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman.

Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai *adjusted R square* dengan nilai sebesar 0,333 Artinya, Variabel Fasilitas Wisata dan Nilai Keuntungan mampu berkontribusi terhadap Variabel Kunjungan Ulang sebesar 33,3% sisanya

sebesar 66,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Hal ini terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.588 ^a	.346	.333	2.990

a. Predictors: (Constant), Nilai Keuntungan, Fasilitas Wisata

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2021)

Pembahasan

Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kunjungan Ulang

Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai regresi linier berganda pada variabel Fasilitas Wisata (X_1) 0,361 artinya jika variabel Fasilitas Wisata (X_1) mengalami peningkatan Kunjungan Ulang Wisatawan di Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman meningkat sebesar 0,361 satuan. Selanjutnya hasil pengujian secara parsial menggunakan uji t diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,333 > 1,660$ dan $0,000 < 0,05$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kunjungan ulang pada Konservasi penangkaran penyu pantai Ampalu Kota Pariaman disebabkan oleh fasilitas wisata yang berdasarkan pada beberapa indikator, kelengkapan dan kebersihan, kondisi dan fungsi, kemudahan menggunakan fasilitas, kelengkapan alat yang digunakan. Beberapa indikator fasilitas wisata ini yang paling dominan mempengaruhi kunjungan ulang adalah pengunjung melihat kelengkapan, kebersihan, dan kerapian untuk melakukan kunjungan ulang di destinasi wisata konservasi penangkaran penyu pantai Ampalu Kota Pariaman.

Jadi, dengan hal seperti ini, pengelola konservasi penangkaran penyu harus lebih meningkatkan lagi kebersihan dan kerapian fasilitas yang ada di destinasi wisata konservasi penangkaran penyu, agar pengunjung lebih sering

melakukan kunjungan ulang. Hasil Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Budiman Marpaung (2019). Yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kunjungan ulang.

Pengaruh Nilai Keuntungan terhadap Kunjungan Ulang

Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai regresi linier berganda pada variable Nilai Keuntungan (X_2) 0,159 artinya jika variabel Nilai Keuntungan (X_2) mengalami peningkatan Kunjungan Ulang Wisatawan di Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman meningkat sebesar 0,159 satuan. Selanjutnya hasil pengujian secara parsial menggunakan uji t diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,941 > 1,660$ dan $0,004 < 0,05$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kunjungan ulang pada Konservasi penangkaran penyu pantai Ampalu Kota Pariaman disebabkan oleh nilai keuntungan yang berdasarkan pada beberapa indikator, biaya, nilai pertukaran, estetika. Beberapa indikator nilai keuntungan ini yang paling dominan mempengaruhi kunjungan ulang adalah pengunjung melihat secara nilai pertukaran dan estetika melakukan kunjungan ulang di destinasi konservasi penangkaran penyu pantai Ampalu Kota Pariaman. Jadi dengan hal seperti ini, pengelola destinasi wisata konservasi penangkaran penyu pantai Ampalu Kota Pariaman harus lebih meningkatkan lagi pelayanan dan kenyamanan pengunjung supaya pengunjung lebih sering melakukan kunjungan ulang.

Hasil Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Haryadi Sarjono (2016). Penelitian ini berdasarkan pendekatan kuantitatif dengan bantuan pengolahan SPSS 20. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari nilai keuntungan terhadap kunjungan ulang baik secara parsial maupun simultan.

Pengaruh Fasilitas Wisata, Nilai Keuntungan dan Kunjungan Ulang Wisatawan di Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman

Hasil penelitian mendukung hipotesis ketiga bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengaruh Fasilitas Wisata dan Nilai Keuntungan secara bersama-sama (simultan) terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan di Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman. Dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $25,675 > 3,09$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel bebas (Fasilitas Wisata dan Nilai Keuntungan) mampu berkontribusi sebanyak 33,3% terhadap variabel terikat (Kunjungan Ulang) dan sisanya sebanyak 66,7% dijelaskan variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa Kunjungan Ulang Pengunjung akan lebih banyak apabila Fasilitas Wisata bagus dan Nilai Keuntungan yang tinggi mampu menghasilkan Kunjungan Ulang yang banyak.

Dengan demikian, wisata yang mempunyai Fasilitas Wisata yang baik dan Nilai Keuntungan yang tinggi maka akan memajukan wisata tersebut karena hubungan antara Fasilitas Wisata, Nilai Keuntungan dan Kunjungan Ulang sangat erat dan penting sekali untuk meningkatkan wisata tersebut.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh Fasilitas Wisata dan Nilai Keuntungan terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan di Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman adalah sebagai berikut:

1. Fasilitas Wisata berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan di Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman, karena uji t menghasilkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,333 > 1,660$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kunjungan ulang konservasi penangkaran penyu pantai Ampalu Kota Pariaman.
2. Nilai Keuntungan berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan di Konservasi Penangkaran Penyu Pantai

Ampalu Kota Pariaman karena uji t menghasilkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,941 > 1,660$ dan signifikan $0,004 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya nilai keuntungan berpengaruh signifikan terhadap kunjungan ulang konservasi penangkaran penyu pantai Ampalu Kota Pariaman.

3. Fasilitas Wisata dan Nilai Keuntungan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan di Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman karena uji F menghasilkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $25,675 > 3,09$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi yang dihasilkan adalah 0,333 Artinya, Variabel Fasilitas Wisata dan Nilai Keuntungan mampu berkontribusi terhadap Variabel Kunjungan Ulang sebesar 33,3, sisanya sebesar 66,7 dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-ababneh, Mukhles. 2013. Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business*. Vol. 4. No 12. April 2013.
- Arifin, Zainal. 2013. *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Candra, Yuni.et al (2018). “ Pengaruh Perceived Value dan Fasilitas terhadap Repurchase Intention Wisatawan di Objek Wisata Gunung Padang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Volume 9 no 3. September 2018:75-87
- Candra, Yuni et al (2019). Analisis Faktor Revisi Intention Wisnus Di Jembatan Akar Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Volume 10 No. 2 Mei 2019:8-15
- Cho, Y. N., & Rutherford, N. B. (2011). *Customers' Relationship with the Service Firm and Its Sales Personnel: Does Gender Matter?* *Journal of Marketing Theory and Practice*, 325–336.

- Faradisa Isti, H Leonardo Budi, Minarsih Maria M. (2016), "Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café)". *Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016*.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*. Edisi 15, Global Edition United Kingdom: Pearson Education.
- Kotler, Philip. (2012). "*Manajemen pemasaran*". Jilid II. Edisi kesebelas. Alih bahasa benyamin molan. Jakarta: indeks.
- Moha Sartika, Loindong Sjendry. (2016). "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado". *Jurnal EMBA Vol.4 No.1 Maret 2016*, Hal. 575-584.
- Setianingrum, Ari, Udaya Jusuf, Efendi. (2015). "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*". Yogyakarta: Andi Offset.
- Siry, Maharany Jana. (2015). "Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Tata Rias Pengantin Tunjung Seto Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Mediasi". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15. Now. 1 Maret 2015*: 64 – 72.
- Stevianus. (2014). "*Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta*". *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol !9. No. 3.
- Sugiyono. (2012). *Maetode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suryadana, M, Liga Vanny Octavia. (2015). *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Suseno Y. Djoko. (2015), "Pengaruh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Dengan Word Of Mouth Positif Sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol 15 Edisi Khusus April 2015*: 159– 166.
- Widiyanto. (2015). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan*. Jogjakarta.
- Yuriansyah, Auli L. (2013). *Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Management Analysis Jurnal*, Vol. 2, No. 1, hlm. 1-7.